

ترجمه و چاپ در ایران: تحت امتیاز
انتشارات وایلی توسط انتشارات آوند دانش

WILEY

کتاب‌های دامیز، کاربردی و سودمند

داستان نویسی

FOR
DUMMIES®

یاد می‌گیرید که:

- مخاطب خاص خود را پیدا کنید
- شخصیت‌هایی قابل باور بیافرینید
- الگوی نوشتاری خلاق خود را برگزینید
- پی‌رنکی چند لایه خلق کنید



زندى اینگرمسن و پیتراکونومى
برگردان: سارا کاظمی‌منش

ترجمه و چاپ در ایران، تحت امتیاز
انتشارات وایلی توسط انتشارات آوند دانش

WILEY

داستان نویسی

FOR
DUMMIES®

نوشته‌ی
رندی اینگرمَنسن
پیتر اکونومی

برگردان:
سارا کاظمی‌منش



آوند دانش

Ingermanson, Randy

سرشناسه: اینگرمَنسن، رَندی

عنوان و نام پدیدآورنده: داستان‌نویسی For Dummies/نوشته‌ی رَندی اینگرمَنسن و پیتر اِکونومی؛

برگردان سارا کاظمی‌منش؛ ویراستار شیدا سرمدی

مشخصات نشر: تهران: آوندانش، ۱۳۹۲.

مشخصات ظاهری: ۴۳۹ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۰۲۲-۱۳-۹

وضعیت فهرست‌نویسی: فیپا

یادداشت: عنوان اصلی: Writing Fiction for Dummies, ۲۰۰۹

موضوع: داستان‌نویسی

موضوع: داستان — هسته اصلی، طرح و غیره

شناسه افزوده: اکونومی، پیتر، نویسنده همکار

شناسه افزوده: کاظمی‌منش، سارا -۱۳۶۷، مترجم

شناسه افزوده: سرمدی، شیدا -۱۳۶۸، ویراستار

رده بندی کنگره: ۱۳۹۲ ۱۹۴۵۲ الف/PN۳۳۵۵

رده‌بندی دیویی: ۸۰۸/۳

شماره کتابشناسی ملی: ۳۲۳۳۷۳۰



آوندانش

داستان‌نویسی

نوشته‌ی رَندی اینگرمَنسن و پیتر اِکونومی

برگردان: سارا کاظمی‌منش

ویراستار: شیدا سرمدی

طراحی گرافیک: استودیو حربی

تاریخ انتشار: پاییز ۱۳۹۲ - چاپ اول

شمارگان: ۱۵۰۰ جلد

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: سازمان چاپ و انتشارات اوقاف

نشانی ناشر: ابتدای خ پاسداران، خ گل‌نبی، خ ناطق‌نوری، بن‌بست طلایی، پلاک ۴

مرکز پخش: میدان انقلاب، خ جمالزاده، کوچه دعوتی، شماره ۱۲

صندوق پستی: ۱۹۵۸۵/۶۷۳

تلفن: ۲۲۸۹۳۹۸۸ نمابر: ۲۲۸۷۱۵۲۲ تلفن مرکز پخش: ۶۶۵۹۱۹۰۹

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۰۲۲-۱۳-۹

کلیه حقوق این کتاب نزد ناشر محفوظ است

درباره‌ی نویسنده

رَندی اینگِرمَنسن نویسنده‌ی شش رمان است که تا کنون جوایزی را نیز از آن خود کرده است. او را به‌خاطر مقاله‌ای که درباره‌ی روش دانه‌برفی روی وبسایت خود گذاشته است، بیشتر با عنوان “مرد دانه‌برفی” می‌شناسند؛ این مقاله بیش از یک میلیون بازدید داشته است. پیش از قدم گذاشتن در وادی داستان‌نویسی، رَندی مدرک دکترای فیزیک نظری خود را از دانشگاه کالیفرنیا در برکلی دریافت کرد و تعدادی مقاله در زمینه‌ی فرضیه‌ی اَبَررشته به چاپ رساند. او چند سال به‌عنوان فیزیکدان محاسباتی فعالیت کرد و در این مدت برای شرکت‌های فراقَن در سن‌دیه‌گوی کالیفرنیا به طراحی نرم‌افزارهای علمی پرداخت.

رَندی در همایش‌های ادبی سراسری بسیاری به تدریس داستان‌نویسی پرداخته است و یکی از اعضای هیئت مشاوران انجمن نویسندگان داستان‌های مذهبی در آمریکاست. او همچنین نشریه‌ی آن‌لاین *The Advanced Fiction Writing E-zine* را که بزرگ‌ترین نشریه‌ی اینترنتی در زمینه‌ی داستان‌نویسی است، منتشر کرده است. دو رمان اول رَندی برنده‌ی جایزه‌ی Christy شدند و رمان دوم او، اکسیژن (که آن را مشترکاً با جان بی. اولسن به رشته‌ی تحریر در آورده بود) در کتابخانه‌ی عمومی نیویورک جایگاهی در فهرست کتاب‌هایی برای نوجوانان به‌دست آورد. سری به وبسایت شخصی رَندی، www.ingermanson.com و وبسایت داستان‌نویسی او، www.AdvancedFictionWriting.com، بزنید.

پیتر اِکونومی از اهالی لاهویا در کالیفرنیا است. او نویسنده‌ی کتاب‌هایی پرفروش و خالق ۱۱ عنوان از کتاب‌های مجموعه‌ی دامیز است که دو تای آن‌ها به چاپ دوم و یکی از آن‌ها به چاپ سوم رسیده‌اند. پیتر دست‌اندرکار نوشتن کتاب‌های *Writing Children's Books For Dummies*, *Home-Based Business For Dummies*, *Consulting For Dummies*, *Why Aren't You Your Own Boss?* و چندین کتاب دیگر نیز بوده است. پیتر همچنین دستیار سردبیر نشریه‌ی *Leader to Leader*، ژورنال مؤسسه‌ی *Leader to Leader*، است که برنده‌ی جایزه‌ی Apex نیز شد. می‌توانید سری به وبسایت پیتر بزنید: www.petereconomy.com

فهرست مطالب در یک نگاه

مقدمه.....	۱
بخش ۱: آماده شدن برای داستان‌نویسی.....	۷
فصل ۱: اصول داستان‌نویسی.....	۹
فصل ۲: چه چیزی یک داستان فوق‌العاده می‌سازد.....	۲۳
فصل ۳: پیدا کردن مخاطب و ژانر خودتان.....	۴۱
فصل ۴: چهارراه برای نوشتن یک رمان عالی.....	۶۹
فصل ۵: مدیریت زمان ... و خودتان.....	۸۵
بخش ۲: خلق رمانی باورپذیر.....	۱۰۱
فصل ۶: ساختن دنیای داستانی: محیط داستان شما.....	۱۰۳
فصل ۷: خلق شخصیت‌های باورپذیر.....	۱۲۷
فصل ۸: خط داستانی و ساختار سه‌پرده‌ای: لایه‌های فوقانی پی‌رنگ.....	۱۶۱
فصل ۹: خلاصه‌ی داستان، فهرست صحنه‌ها و صحنه: لایه‌های میانی پی‌رنگ.....	۱۸۹
فصل ۱۰: کنش داستانی، گفت‌وگو و غیره: پایین‌ترین لایه‌ی پی‌رنگ.....	۲۱۳
فصل ۱۱: تعیین درون‌مایه‌ی داستان.....	۲۴۵
بخش ۳: ویرایش و پرداخت داستان و شخصیت‌ها.....	۲۶۱
فصل ۱۲: تحلیل شخصیت‌های داستان.....	۲۶۳
فصل ۱۳: موشکافی ساختار داستانی.....	۲۸۹
فصل ۱۴: ویرایش صحنه‌ها با توجه به ساختار.....	۳۱۳
فصل ۱۵: ویرایش صحنه‌ها با توجه به محتوا.....	۳۳۱
بخش ۴: به چاپ رساندن.....	۳۵۳
فصل ۱۶: کسب آمادگی برای چاپ اثر: پرداخت و ارائه.....	۳۵۵
فصل ۱۷: تماس با نماینده‌ی ادبی و دبیر انتخاب کتاب.....	۳۸۱
بخش ۵: بخش ده‌تایی‌ها.....	۳۹۷
فصل ۱۸: ده‌گام برای تحلیل داستان شما.....	۳۹۹
فصل ۱۹: ده دلیل رد شدن رمان‌ها.....	۴۰۹

فهرست مطالب

۱	مقدمه
۱	درباره‌ی این کتاب
۲	قواعد رعایت شده در این کتاب
۲	آنچه که لازم نیست بخوانید
۳	تصورات خنده‌دار
۴	ترتیب مطالب این کتاب
۴	بخش ۱: آماده شدن برای داستان‌نویسی
۴	بخش ۲: خلق رمانی باورپذیر
۴	بخش ۳: ویرایش و پرداخت داستان و شخصیت‌ها
۴	بخش ۴: به چاپ رساندن
۵	بخش ۵: بخش ده‌تایی‌ها
۵	نمادهای به کار رفته در این کتاب
۶	مقصد بعدی
۷	بخش ۱: آماده شدن برای داستان‌نویسی
۹	فصل ۱: اصول داستان‌نویسی
۱۱	تعیین هدف نهایی‌تان به عنوان یک نویسنده
۱۳	برجسته‌سازی جایگاه خود به عنوان یک نویسنده
۱۴	سال اولی‌ها: تمرکز بر فن
۱۵	سال دومی‌ها: گلاویز شدن با طرح
۱۶	سال سومی‌ها: به کمال رساندن مهارت
۱۷	سال آخری‌ها: آمادگی برای حرفه‌ای شدن
۱۸	سازمان‌دهی کردن خود
۱۹	استاد شدن در شخصیت پردازی، طراحی ماجرای داستان و دیگر مهارت‌ها
۲۰	ویرایش داستان‌تان
۲۳	فصل ۲: چه چیزی یک داستان فوق‌العاده می‌سازد
۲۴	انتخاب چیزهایی که می‌خواهید به خوانندگان بدهید
۲۴	آفرینش یک تجربه‌ی حسی قوی: آنچه خواننده به شدت دنبالش است
۲۵	آموزش خواننده‌ها
۲۶	به کارگیری هنر ظریف ترغیب

سخت کردن زندگی برای شخصیت‌ها: درگیری به علاوه‌ی تغییر مساوی است با داستان.....	۲۷
پنج ستون داستان.....	۲۹
چیدن صحنه: دنیای داستانی شما.....	۲۹
آفرینش شخصیت‌ها.....	۳۰
ساخت پی‌رنگ.....	۳۱
آفرینش درون‌مایه.....	۳۳
به نمایش گذاشتن سبک.....	۳۴
هفت راه برای تحویل بسته‌ها.....	۳۴
هم‌اینک و همین‌جا: عمل / کنش داستانی.....	۳۵
بخشیدن صدا به شخصیت‌هایتان: گفت و گو.....	۳۶
نمایاندن افکار: گفت و گوی درونی.....	۳۶
حس کردن با شخصیت‌هایتان: احساس درونی.....	۳۷
دیدن آنچه شخصیت‌تان می‌بیند: توصیف.....	۳۷
سفری در گذشته: فلش‌بک.....	۳۸
فراهم آوردن چکیده‌ی روایی.....	۳۹
فصل ۳: پیدا کردن مخاطب و ژانر خودتان.....	۴۱
شناسایی رمان ایده‌آل‌تان.....	۴۲
نگاهی به آنچه عاشق خواندنش هستید.....	۴۲
فکر کردن به چیزی که دوست دارید بنویسید.....	۴۳
تعریف خواننده‌ی ایده‌آل‌تان.....	۴۵
در نظر گرفتن جهان‌بینی و علائق.....	۴۶
نگاهی به جنسیت.....	۴۷
نوشتن برای خوانندگان گروه‌های سنی خاص.....	۴۷
تعریف گروه خوانندگان‌تان.....	۴۸
درک طبقه‌ای که در آن قرار دارید.....	۴۸
ژانرها: نگاهی به ژانر آثار بر اساس محتوای آن‌ها.....	۵۱
درک گروه‌های داستانی مخاطب‌محور.....	۵۷
انتخاب گروه و زیرگروه‌تان.....	۶۰
پیدا کردن شروط لازم برای گروه داستانی‌تان.....	۶۰
تنظیم شمار واژگان.....	۶۱
حکایت از شخصیت‌های اصلی.....	۶۲
تعیین سطح اعمال داستانی، صحنه‌های احساسی و از این قبیل چیزها.....	۶۳
شناسایی محرک حسی داستان‌تان.....	۶۶
فصل ۴: چهار راه برای نوشتن یک رمان عالی.....	۶۹

۷۰	به خودتان مجال مزخرف نوشتن بدهید.....
۷۱	الگوهای خلاقانه: بررسی شیوه‌های نوشتاری گوناگون.....
۷۲	نوشتن بدون برنامه‌ریزی یا ویرایش.....
۷۳	ویرایش هم‌زمان.....
۷۴	کمی برنامه‌ریزی، کمی نوشتن.....
۷۶	ترسیم اسکلت داستان پیش از آغاز به نوشتن.....
۷۷	پیدا کردن الگوی خلاقانه‌ای که برای شما مناسب باشد.....
۷۸	درک چرایی اهمیت شیوه.....
۷۹	ایجاد الگوی نوشتاری خلاقانه‌ی خودتان.....
۸۱	استفاده از الگوی نوشتاری خلاقانه برای پیدا کردن ساختار داستانی‌تان.....
۸۵	فصل ۵: مدیریت زمان ... و خودتان.....
۸۵	زمانی برای نوشتن.....
۸۶	تعیین یک هدف نویسنده‌گی و وفادار ماندن به آن، هدفی برای این هفته و امسال.....
۸۹	تنظیم وقت.....
۹۰	چیدمان محیطی ایده‌آل برای نوشتن.....
۹۱	تهیه‌ی بهترین سطح برای نوشتن.....
۹۲	پیدا کردن صندلی مناسب.....
۹۲	انتخاب کامپیوتر (در صورتی که بخواهید).....
۹۴	قرار دادن هر چیز در جای خود.....
۹۵	برخورد با حواس پرتی.....
۹۷	نگاهی به مسائل پولی.....
۹۷	بودجه‌بندی پول برای نویسنده‌گی.....
	تأمین زندگی به‌عنوان یک نویسنده: (فعلاً) انتظار نداشته باشید
۹۹	نویسنده‌گی برایتان نان و آب شود.....
۱۰۱	بخش ۲: خلق رمانی باورپذیر.....
۱۰۳	فصل ۶: ساختن دنیای داستانی: محیط داستان شما.....
۱۰۴	شناسایی اجزای دنیای داستانی.....
۱۰۵	خلق مفهوم فضا.....
۱۰۵	زدن یک تیر با دو نشان به کمک توصیف.....
۱۰۷	گنجاندن توصیف در داستان.....
۱۰۸	آمیختن نیروی احساس با توصیف.....
۱۰۹	پیدا کردن عاملی که گروه فرهنگی‌تان را تحریک می‌کند.....
۱۱۰	آشکار کردن انگیزه‌های فرهنگی با صحنه‌های بی‌واسطه.....

- تشریح: توضیح انگیزه‌های فرهنگی از طریق چکیده‌ی روایی..... ۱۱۱
- ترکیب عناصر گوناگون برای نشان دادن انگیزه‌های فرهنگی..... ۱۱۱
- انتخاب پیش‌زمینه‌ی کشمکش‌ها..... ۱۱۲
- تعریف پیش‌زمینه..... ۱۱۲
- تعریف سؤال داستانی تان..... ۱۱۵
- مثال‌هایی از دنیای داستانی در چهار رمان مشهور..... ۱۱۵
- غرور و تعصب..... ۱۱۵
- ستون‌های زمین..... ۱۱۷
- بازی میهن‌پرستان..... ۱۱۸
- بازی اندر..... ۱۱۸
- واکاوی دنیای داستانی..... ۱۲۰
- شناسایی چیزهایی که باید درباره‌ی دنیای داستانی بدانید..... ۱۲۱
- دانستن اینکه چقدر تحقیق کافی است..... ۱۲۳
- توانایی توضیح دنیای داستانی به هدف فروش کتاب..... ۱۲۵
- فصل ۷: خلق شخصیت‌های باورپذیر..... ۱۲۷**
- تعریف شخصیت‌ها: چه کسی در رمان شما نقش دارد؟..... ۱۲۷
- پیش‌زمینه: هر شخصیت گذشته‌ای دارد..... ۱۲۹
- درک دلیل اهمیت پیشینه..... ۱۲۹
- خلق پیشینه‌ی شخصیت‌ها..... ۱۳۱
- پرهیز از کلیشه..... ۱۳۲
- انگیزه: نگاهی به آینده‌ی شخصیت داستان..... ۱۳۴
- ارزش‌ها: حقایق درونی برای شخصیت داستان شما..... ۱۳۴
- انگیزه‌ها: نگاهی انتزاعی، یا چرایی‌های شایسته‌ی آمریکایی‌خواهان صلح جهانی است..... ۱۳۶
- اهداف داستانی: محرک‌نهایی داستان شما..... ۱۳۷
- بنا کردن انگیزه‌ی شخصیت‌ها..... ۱۳۹
- زاویه‌ی دید: چشم‌اندازی از شخصیت‌ها..... ۱۴۴
- زاویه‌ی دید اول شخص..... ۱۴۶
- زاویه‌ی دید سوم شخص..... ۱۴۸
- زاویه‌ی دید سوم شخص بی‌طرف..... ۱۴۹
- زاویه‌ی دید جهنده..... ۱۵۰
- زاویه‌ی دید دانای کل..... ۱۵۲
- زاویه‌ی دید دوم شخص..... ۱۵۳
- انتخاب یکی از دو زمان گذشته یا آینده..... ۱۵۴
- آشکار کردن شخصیت‌ها برای خواننده..... ۱۵۶

فصل ۸: خط داستانی و ساختار سه پرده‌ای: لایه‌های فوقانی پی‌رنگ.....	۱۶۱
ساختار بخشیدن به نمای کلی داستان: خط داستانی.....	۱۶۱
درک ارزش خط داستانی.....	۱۶۳
نوشتن یک خط داستانی عالی.....	۱۶۴
چند مثال: نگاهی به خط داستانی ۲۰ رمان پرفروش.....	۱۶۸
ساختار سه پرده‌ای: ترتیب دادن سه فاجعه.....	۱۷۴
نگاهی به ارزش ساختار سه پرده‌ای.....	۱۷۴
زمان بندی فاجعه‌ها و پرده‌های داستان.....	۱۷۶
یک شروع فوق العاده.....	۱۷۷
پایان آغاز: درگیر شدن در اثر وقوع اولین فاجعه.....	۱۷۸
تقویت میانه‌ی داستان به وسیله‌ی دومین فاجعه‌ی بزرگ.....	۱۷۹
رسیدن به پایان: گذر از فاجعه‌ی سوم.....	۱۸۰
جمع بندی: چرا یک پایان خوب است و دیگری بد؟.....	۱۸۱
خلاصه کردن ساختار سه پرده‌ای برای علاقه‌مندان.....	۱۸۳
چند مثال: خلاصه کردن حلقه‌ی ماتاریس و غرور و تعصب.....	۱۸۴
توصیف ساختار سه پرده‌ای شما.....	۱۸۶
فصل ۹: خلاصه‌ی داستان، فهرست صحنه‌ها و صحنه: لایه‌های میانی پی‌رنگ.....	۱۸۹
انتخاب ترتیب انجام کارها.....	۱۸۹
نوشتن خلاصه‌ی داستان.....	۱۹۱
از بالا به پایین: شاخ و برگ دادن به ساختار سه پرده‌ای.....	۱۹۲
از پایین به بالا: هرس کردن فهرست صحنه‌ها.....	۱۹۳
چقدر جزئیات لازم دارید؟.....	۱۹۴
مثال: خلاصه‌ی بازی اندر.....	۱۹۴
نوشتن فهرست صحنه‌ها.....	۱۹۶
رویکرد نزولی: شاخ و برگ دادن به خلاصه‌ی داستانی.....	۱۹۷
رویکرد صعودی: خلاصه کردن دست‌نوشته.....	۱۹۸
مثال: فهرست صحنه‌های بازی اندر.....	۱۹۸
گسترش فهرست صحنه‌ها.....	۲۰۱
بنانه‌دادن ساختار صحنه‌های مجزا.....	۲۰۲
چیدن صحنه‌ی کنشی.....	۲۰۳
ادامه‌ی کار با صحنه‌ی واکنشی.....	۲۰۵
کامل کردن حلقه‌ی صحنه‌ها.....	۲۰۸
ساختار صحنه در بر باد رفته.....	۲۰۹
ساختار صحنه در بازی میهن پرستان.....	۲۱۰

فصل ۱۰: کنش داستانی، گفت و گو و غیره: پایین ترین لایه ی پی رنگ..... ۲۱۳

استفاده از هفت ابزار اصلی نمایش و تعریف..... ۲۱۴

کنش داستانی..... ۲۱۵

گفت و گو..... ۲۱۷

احساسات درونی..... ۲۲۰

تک گویی درونی..... ۲۲۲

توصیف..... ۲۲۴

فلش بک..... ۲۲۸

چکیده ی روایی و دیگر گونه های تعریف..... ۲۳۲

راز به تصویر کشیدن..... ۲۳۵

در آوردن ته و توی همه چیز..... ۲۳۵

شناخت دو گونه ی کلیپ..... ۲۳۷

نوشتن کلیپ های عمومی..... ۲۳۸

نوشتن کلیپ های شخصی..... ۲۳۹

کنار هم گذاشتن علت و معلول..... ۲۴۱

فصل ۱۱: تعیین درون مایه ی داستان..... ۲۴۵

درک دلیل اهمیت درون مایه..... ۲۴۵

نگاهی به دلیل وجود درون مایه در رمان ها..... ۲۴۶

بررسی ویژگی های درون مایه..... ۲۴۷

مثال هایی از درون مایه های ۲۰ رمان..... ۲۴۸

انتخاب زمانی برای شناسایی درون مایه..... ۲۵۲

پیدا کردن درون مایه ی داستان شما..... ۲۵۵

وانمود کنید تا به واقعیت برسید..... ۲۵۵

خواندن رمان خودتان برای اولین بار..... ۲۵۶

گوش فرا دادن به شخصیت های تان..... ۲۵۷

استفاده از خوانندگان آزمایشی..... ۲۵۷

آیا لازم است درون مایه داشته باشیم؟..... ۲۵۷

اصلاح درون مایه ی داستان تان..... ۲۵۸

بخش ۳: ویرایش و پرداخت داستان و شخصیت ها..... ۲۶۱

فصل ۱۲: تحلیل شخصیت های داستان..... ۲۶۳

خواندن کامل و پیشرفته: کسب آمادگی برای ویرایش..... ۲۶۴

پرونده سازی برای شخصیت ها..... ۲۶۵

ویژگی های جسمانی..... ۲۶۸

زندگی عاطفی و خانوادگی..... ۲۶۸

۲۶۹.....	زندگی حرفه‌ای و فلسفی.....
۲۶۹.....	پیشینه و انگیزه.....
۲۷۰.....	روانکاوی شخصیت‌ها.....
۲۷۱.....	آیا ارزش‌ها با هم در تناقض‌اند؟.....
۲۷۲.....	آیا ارزش‌ها با توجه به پیشینه‌ی شخصیت منطقی‌اند؟.....
۲۷۴.....	آیا آرزوها از ارزش‌ها به وجود می‌آیند؟.....
۲۷۵.....	آیا هدف داستانی آرزوهای شخصیت را برآورده خواهد کرد؟.....
۲۷۷.....	راوی: تنظیم دقیق بیان و زاویه‌ی دید.....
۲۷۷.....	آیا زاویه‌ی دید انتخابی شما برای داستان‌تان مناسب است؟.....
۲۸۱.....	آیا شخصیت مُشرفی که انتخاب کرده‌اید مناسب است؟.....
۲۸۲.....	آیا زاویه‌ی دید داستان ثبات کافی دارد؟.....
۲۸۳.....	آیا شخصیت بیانی منحصر به فرد دارد؟.....
۲۸۴.....	تعمیر شخصیت‌های معیوب.....
۲۸۴.....	شخصیت‌های کسل‌کننده.....
۲۸۵.....	شخصیت‌های سطحی.....
۲۸۶.....	شخصیت‌های غیرقابل باور.....
۲۸۷.....	شخصیت‌های ناخوشایند.....
۲۸۹.....	فصل ۱۳: موش‌کافی ساختار داستانی.....
۲۹۰.....	ویرایش خط داستانی.....
۲۹۱.....	حذف بار غیرضروری.....
۲۹۱.....	ناشناس بگه داشتن شخصیت‌ها.....
۲۹۲.....	حفظ تمرکز.....
۲۹۲.....	چند مثال از خلاصه کردن خط داستانی.....
۲۹۶.....	آزمودن ساختار سه پرده‌ای.....
۲۹۸.....	سه فاجعه‌ی شما کدامند؟.....
۲۹۹.....	آیا طول پرده‌های داستانی متعادل است؟.....
۳۰۰.....	آیا داستان در آغاز خود شتاب می‌گیرد؟.....
۳۰۲.....	اولین فاجعه: آیا بدای حرکت واضح است؟.....
۳۰۳.....	آیا دومین فاجعه از میانه‌ی طولانی داستان حمایت می‌کند؟.....
۳۰۴.....	آیا فاجعه‌ی سوم اجباراً داستان را به پایان می‌رساند؟.....
۳۰۶.....	آیا پایان داستان خواننده را مجبور به تعریف از آن برای دیگران می‌کند؟.....
۳۰۸.....	فهرست صحنه‌ها: تحلیل جریان صحنه‌ها.....
۳۰۹.....	مرتب کردن صحنه‌ها.....
۳۱۰.....	خبر از آینده: سرنخ‌هایی برای آماده کردن خواننده.....

کنار هم گذاشتن تمام اجزا در قالب پیش نویس دوم.....	۳۱۱
فصل ۱۴: ویرایش صحنه‌ها با توجه به ساختار.....	۳۱۳
ترياز: تصميم گيري براي اصلاح، حذف يا دست نرزن به صحنه‌ها.....	۳۱۴
شناسايي صحنه‌هاي معيوب.....	۳۱۴
ارزيابي احتمال بهبود صحنه‌ها.....	۳۱۵
اصلاح صحنه‌هاي کنشي.....	۳۱۶
يك صحنه‌ي كنشي فرضي: روز شغال.....	۳۱۷
در جستجوی تغییر.....	۳۱۸
انتخاب هدفی وزین.....	۳۱۸
نشان دادن کشمکش.....	۳۱۹
در تعقیب شکست.....	۳۲۱
آزمودن نتیجه‌ی نهایی.....	۳۲۲
اصلاح صحنه‌هاي واكنشي.....	۳۲۳
يك صحنه‌ي واكنشي فرضي: خارجي.....	۳۲۳
در جستجوی تغییر (دوباره).....	۳۲۴
ايجاد تناسب بين واكنش و شكست.....	۳۲۵
رويارويي با دوراهي.....	۳۲۵
تصميم گيري.....	۳۲۷
رسیدن به نتیجه‌ی نهایی.....	۳۲۷
حذف صحنه‌هاي لاعلاج.....	۳۲۸
فصل ۱۵: ویرایش صحنه‌ها با توجه به محتوا.....	۳۳۱
تصميم گيري براي نشان دادن يا تعريف كردن.....	۳۳۲
تشخيص مناسب‌ترين زمان براي استفاده از كليپ‌فلش يك ياشيوه‌هاي تعريفی.....	۳۳۳
بررسی مثالی درباره‌ی تصمیم‌گیری.....	۳۳۴
نمایشی خوب: ویرایش کلیپ‌ها.....	۳۳۷
توصیه‌هایی برای ویرایش کلیپ‌ها.....	۳۳۸
اصلاح كليپ‌هاي تركيبي.....	۳۳۹
تصحیح جهش‌هاي ناخواسته.....	۳۴۱
تصحیح تجربه‌هاي بيروني.....	۳۴۳
تصحیح مشکلات علت-معلولی.....	۳۴۴
تصحیح مشکلات زمان‌بندی.....	۳۴۵
ورود به فلش‌بك و خروج از آن.....	۳۴۸
ویرایش تعريف.....	۳۴۹
محكم كاري متن و رنگ‌آمیزی آن.....	۳۵۰

زمانی برای حذف یک بخش تعریفی.....	۳۵۲
بخش ۴: به چاپ رساندن.....	۳۵۳
فصل ۱۶: کسب آمادگی برای چاپ اثر: پرداخت و ارائه.....	۳۵۵
پرداخت دست‌نوشته‌ی شما.....	۳۵۶
متحد شدن با رفقای منتقد.....	۳۵۷
پیوستن به حلقه‌ی منتقدان.....	۳۵۷
همکاری با ویراستار کارمزدی.....	۳۵۸
استخدام نمونه‌خوان کارمزدی.....	۳۶۰
نگاهی به سه سؤال حقوقی رایج.....	۳۶۱
نشر سنتی یا شخصی؟.....	۳۶۳
درک ساختار کاری نشر سنتی.....	۳۶۳
درک ساختار کاری نشر شخصی.....	۳۶۵
مراقب ناشران الکی باشید!.....	۳۶۶
توصیه‌ی ما.....	۳۶۸
اولین تماس: نوشتن پیش‌طرح.....	۳۶۸
تنظیم طرح پیشنهادی.....	۳۷۱
مطالبی که باید در طرح پیشنهادی ذکر شود.....	۳۷۲
نامه‌ی معرفی: به نماینده یاد آوری کنید که هستید.....	۳۷۳
صفحه‌ی عنوان.....	۳۷۳
خلاصه‌ی اجرایی.....	۳۷۴
تحلیل بازار: بررسی رقبا.....	۳۷۵
سوابق حرفه‌ای‌تان به عنوان نویسنده.....	۳۷۶
اسکچ شخصیت‌ها.....	۳۷۷
آن خلاصه‌ی داستانی منفور.....	۳۷۸
طرح بازاریابی شما.....	۳۷۸
نوشتار شما، شامل فصل‌های نمونه (یا کل دست‌نوشته).....	۳۸۰
فصل ۱۷: تماس با نماینده‌ی ادبی و دبیر انتخاب کتاب.....	۳۸۱
تعریف نقش نماینده‌های ادبی و دبیران انتخاب کتاب.....	۳۸۱
پیدا کردن مناسب‌ترین نماینده برای شما.....	۳۸۲
آیا نیازی به نماینده‌ی ادبی هست یا خیر.....	۳۸۲
انجام مقدمات لازم برای استخدام نماینده.....	۳۸۴
تماس با نماینده‌ها برای ارائه‌ی اثرتان.....	۳۸۷
دبیران انتخاب کتاب، کانون جهان نویسندگی شما.....	۳۹۰
پیدا کردن انتشارات.....	۳۹۱

۳۹۲..... کدام دبیر را انتخاب کنیم؟

۳۹۳..... تماس مستقیم با دبیران

۳۹۷..... بخش ۵: بخش ده تایی‌ها.....

۳۹۹..... فصل ۱۸: ده گام برای تحلیل داستان شما.....

۴۰۰..... گام ۱: خط داستانی را بنویسید.....

۴۰۰..... گام ۲: ساختار سه پرده‌ای را بنویسید.....

۴۰۱..... گام ۳: شخصیت‌ها را تعریف کنید.....

۴۰۲..... گام ۴: یک خلاصه‌ی کوتاه بنویسید.....

۴۰۳..... گام ۵: اسکچ شخصیت‌ها را بنویسید.....

۴۰۳..... گام ۶: یک خلاصه‌ی بلند بنویسید.....

۴۰۴..... گام ۷: پرونده‌ی شخصیت را درست کنید.....

۴۰۴..... گام ۸: فهرست صحنه‌ها را تهیه کنید.....

۴۰۶..... گام ۹: صحنه‌ها را تحلیل کنید.....

۴۰۷..... گام ۱۰: داستان را بنویسید و ویرایش کنید.....

۴۰۹..... فصل ۱۹: ده دلیل رد شدن رمان‌ها.....

۴۱۰..... ژانر نامناسب.....

۴۱۱..... نقص‌های فنی و نوشتار شُل و ول.....

۴۱۲..... مشخص نبودن مخاطب.....

۴۱۲..... بی‌مزه بودن دنیای داستانی.....

۴۱۳..... ضعف خط داستانی.....

۴۱۴..... جالب و خاص نبودن شخصیت‌ها.....

۴۱۵..... نویسنده بیان شیوایی ندارد.....

۴۱۵..... قابل پیش‌بینی بودن پی‌رنگ.....

۴۱۶..... سنگین بودن درون‌مایه.....

۴۱۷..... ناتوانی کتاب در اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی.....

مقدمه

.....

پس تصمیم به نوشتن یک رمان گرفته‌اید؟ چه عالی! رمان نوشتن یک هدف ارزشمند است. هدفی که شما را به چالش می‌کشد، ذهن‌تان را بسط می‌دهد و متحول‌تان می‌کند. چاپ رمان توسط شما احترام دوستان و اعضای خانواده را برمی‌انگیزد و حتی ممکن است برایتان پول و شهرت نیز به ارمغان بیاورد.

اما احترام، پول و شهرت تنها دلایل نوشتن یک رمان نیستند. تنها دلیلی که شما باید برای نوشتن یک رمان ارائه دهید این است که شما می‌خواهید رمان بنویسید. اجازه ندهید کسی به‌خاطر نداشتن یک دلیل بهتر مسخره‌تان کند؛ چنین دلیلی وجود خارجی ندارد.

دلیل شما هرچه باشد، داستان‌نویسی *For Dummies* می‌تواند کمک‌تان کند از یک نویسنده مبتدی به یک نویسنده تمام‌عیار تبدیل شوید. شما می‌توانید رمانی تأثیرگذار بنویسید، آن را به چاپ برسانید و نویسنده‌ای باشید که همیشه رؤیایش را در سر می‌پروراندید.

درباره‌ی این کتاب

نویسنده‌ها دوست دارند خودشان را در زمره‌ی هنرمندان قرار دهند و این دیدگاه درستی است؛ داستان‌نویسی یک فرم هنری است، اما داشتن استعداد هنری برای این کار کافی نیست. داستان‌نویسی همچنین یک فن است؛ مجموعه‌ای از مهارت‌های عملی که شما می‌توانید آن‌ها را فرا بگیرید. فن نویسندگی در این کتاب به شما آموزش داده می‌شود تا از طریق آن هنرتان به مرحله‌ی درخشش برسد. پس اگر شما یک نویسنده‌ی تازه‌کار هستید، این کتاب مخصوصاً برای شما نوشته شده است. این کتاب، فنی را که به آن نیاز دارید به شما یاد می‌دهد، نشان‌تان می‌دهد که چگونه باید کار خود را ویرایش کنید و شما را در جریان فرایند به چاپ رسیدن اثر قرار می‌دهد.

اگر شما پیشرفته‌تر از یک نویسنده‌ی تازه‌کار هستید که خیلی خوب است! در این صورت بعضی از بخش‌های این کتاب برایتان بدیهی به‌نظر می‌رسد. اما امید ما این است که شما را با چند دیدگاه تازه غافلگیر کنیم، پس به‌هوش باشید. ما دریافته‌ایم نویسنده‌هایی که اثرشان به چاپ رسیده است هم گاهی در برخی حوزه‌ها ضعیف هستند.

هدف ما این است که در تمام ابعاد نویسندگی پایه‌های استواری را برای شما بنا کنیم.

تمرکز ما در این کتاب بر رمان‌نویسی است. اما اگر شما فیلمنامه‌نویس هستید یا می‌خواهید داستان کوتاه بنویسید هم تقریباً می‌توانید از تمام مطالب این کتاب بهره ببرید. با این حال سعی ما بر این نیست که تمام نکات تخصصی لازم برای نوشتن فیلمنامه یا داستان کوتاه را به شما آموزش بدهیم. یک بار دیگر تأکید می‌کنیم که هدف ما این است که پایه و اساسی را که هر داستان‌نویسی برای آفرینش آثار رزشمند به آن نیاز دارد به شما بدهیم.

همچنان که فن نویسندگی را فرا می‌گیرید، به یاد داشته باشید که همه‌ی قواعدی که در این کتاب به شما آموزش داده می‌شود قابل شکستن هستند. اگر گاهی درباره‌ی قاعده‌ی خاصی به شدت متعصب به نظر می‌رسیم به این خاطر است که این نوع قواعد تقریباً همیشه صدق می‌کنند. اگر زمانی درباره‌ی قاعده‌ی به خصوصى چندان قاطع به نظر نمی‌آییم به این خاطر است که آن قاعده معمولاً صادق است اما ممکن است این‌طور هم نباشد. تنها قانون تغییرناپذیری که در داستان‌نویسی وجود دارد این است که هیچ قانونی غیرقابل شکستن نیست؛ شما باید به هر چیزی که راست کارتان است متوسل شوید.

قواعد رعایت شده در این کتاب

برای اینکه تمام مطالب یک‌دست و به راحتی قابل درک باشند، در طول متن این کتاب از قواعد زیر استفاده کرده‌ایم:

- ✓ تمام نشانی‌های اینترنتی در قالب مونوفونت ظاهر می‌شوند.
- ✓ اصطلاحات جدید با حروف مورب (italics) ظاهر می‌شوند و بلافاصله تعریف ساده‌ای از آن‌ها ارائه می‌شود.
- ✓ نوشتار برجسته (Bold) حاکی از واژگان کلیدی ذکر شده در فهرست‌هاست و یا به قسمت‌های کاربردی و عملی مراحل انجام یک کار اشاره دارد.

آنچه که لازم نیست بخوانید

ما این کتاب را طوری نوشته‌ایم که شما بتوانید در آن به راحتی اطلاعات مورد نیاز خود را پیدا و درک کنید. ارائه‌ی مطالب هم در این کتاب به شکلی ساده انجام شده است تا بتوانید بدون دردسر مطالب "قابل اغماض" را رد کنید. مطالبی که در کادرهای خاکستری آمده‌اند دانستنی‌ها هستند و در عین حالی که اطلاعات مفیدی دارند، اما الزامی در خواندن آن‌ها نیست.

تصورات خنده‌دار

هر نویسنده‌ای هنگام نوشتن خواننده‌ی ایده‌آل خود را در ذهن مجسم می‌کند. این‌ها بعضی از پیش‌فرض‌های ما درباره‌ی شما هستند:

✓ می‌خواهید اثری را به چاپ برسانید. شما آدم خلاق‌ی هستید اما می‌خواهید از همان اول کارتان را مثل یک حرفه‌ای آغاز کنید. شما مایل به انجام کارهای بی‌زرق‌وبرق، مانند تحقیق درباره‌ی گروه مخاطبان مورد نظرتان هستید زیرا می‌دانید که داستان‌نویسی یک پیشه است، نه فقط یک هنر.

✓ می‌خواهید یک رمان بنویسید. این کتاب بر نوشتن رمان تمرکز می‌کند و رمان در حالت عادی از چیزی حدود ۶۰۰۰۰ کلمه یا بیشتر تشکیل می‌شود. اگر ترجیح می‌دهید داستان کوتاه بنویسید، اطلاعات فنی این کتاب همچنان به دردتان می‌خورد اما باید طرح داستان ساده‌تر و تعداد شخصیت‌های کمتری داشته باشید. اگر بخواهید فیلمنامه بنویسید، تمام اطلاعات این کتاب در زمینه‌ی دنیای داستانی، شخصیت‌ها، استخوان‌بندی و ساختار اثر، طرح داستان و تم برایتان مفید خواهند بود اما به قالب‌بندی مورد نیاز در فیلمنامه نویسی پرداخته نمی‌شود و توصیه‌ای هم در زمینه‌ی اینکه چگونه می‌توانید فیلمنامه‌تان را بفروشید موجود نیست (این نوع اطلاعات را می‌توانید در کتاب *Screenwriting For Dummies* نوشته‌ی Laura Schellhardt [انتشارات وایلی] پیدا کنید).

✓ شما به این موضوع واقف‌اید که داستان چتر بزرگی است که در زیر آن عقاید زیاد و گوناگونی راجع به اینکه چه چیزی خوب است و چه چیزی بد، وجود دارد. در این کتاب ما رهنمون‌های مبسوطی که در اکثر انواع داستان مفید واقع می‌شوند به شما ارائه می‌دهیم. اما هیچ قانونی نیست که همیشه و همه‌جا برای همه‌ی نویسندگان صادق باشد. ممکن است گاهی به‌شدت با ما مخالفت کنید، اما آن قدر زرنگ هستید که توصیه‌هایی را که برایتان مفید است به کار ببندید و بی‌خیال بقیه‌ی صحبت‌ها شوید. شما می‌دانید که بسیاری از دیگر نویسندگان توصیه‌ای را که شما نفی می‌کنید مفید تلقی می‌کنند.

✓ شما می‌خواهید سر در بیاورید که چگونه می‌شود به‌جای درست کردن دستور زبان و تلفظ واژگان، یک داستان خیلی خوب را نقل کرد. شما در حال حاضر دستور زبان را به‌خوبی بلدید و یا می‌دانید در این زمینه از کجا باید کمک بگیرید (شاید بخواهید از دوستان رمان‌دان خود کمک بخواهید، از یک کتاب مرجع دستور زبان بهره ببرید و یا یک نمونه‌خوان استخدام کنید). وقتی هم که قواعد دستوری را زیر پا می‌گذارید، مدعی اعتبار هنری هستید و این کار را با قصد قبلی انجام داده‌اید.

ترتیب مطالب این کتاب

این کتاب به پنج بخش تقسیم شده است. شما می‌توانید از هر جا که خواستید شروع به خواندن کنید. در این قسمت توضیح می‌دهیم که چه مطالبی در کتاب ذکر شده است و این مطالب در کجای کتاب قرار دارند.

بخش ۱: آماده شدن برای داستان‌نویسی

آدم با کمی برنامه‌ریزی تا کجاها که پیش نمی‌رود. ما به تفکر استراتژیک - هدف‌گذاری، تعریف داستان، انتخاب دسته‌بندی، توسعه‌ی یک سبک خلاق، پژوهش درباره‌ی رمان مورد نظر و دست یافتن به ابزارهای مناسب - ایمان راسخ داریم. اگر برای رمانی که می‌خواهید بنویسید به برنامه‌ریزی استراتژیک نیاز دارید، این بخش را بخوانید و ببینید آیا می‌توانید چند ایده را که قبلاً با آن‌ها برخورد نداشت‌اید پیدا کنید؟

بخش ۲: خلق رمانی باورپذیر

داستان‌نویسی یعنی آفرینش یک تجربه‌ی عاطفی قدرتمند برای مخاطب. برای این منظور شما باید در چند جنبه‌ی اصلی داستان (نویسی) - از جمله خلق یک دنیای داستانی عالی، ساخت شخصیت‌های باورپذیر، ایجاد یک طرح داستان ساختارمند و مستقر کردن درون‌مایه‌ای فراگیر در کل داستان - به درجه‌ی استادی برسید. این‌ها مهارت‌های اصلی شما هستند و این بخش راهنمای گام به گام توسعه‌ی این مهارت‌هاست. پس از اینکه مطالب این بخش را خوب فرا گرفتید ابزارهایی در اختیار دارید که برای نوشتن پیش‌نویس اولیه‌ی رمان خود به آن‌ها نیاز دارید.

بخش ۳: ویرایش و پرداخت داستان و شخصیت‌ها

پس از اینکه پیش‌نویس اولیه‌ی داستان‌تان آماده شد باید آن را به شکل ماهرانه‌ای ویرایش کنید. ویرایش کار دشواری نیست اما شما برای اینکه بتوانید شخصیت‌ها و طرح داستان را به خوبی تحلیل کنید به یک برنامه‌ی ظریف و استراتژیک نیاز دارید. این بخش به شما یاد می‌دهد که از دست‌نوشته‌ی اولیه‌ی خود چه سؤالانی باید پرسید و پاسخ‌های خود به این سؤالات را به چه شکل باید به کار ببندید تا داستان‌تان شکل بهتری پیدا کند. ما در این بخش توصیه‌های کاربردی زیادی در زمینه‌ی ویرایش کامل متن اولیه برای شما خواهیم داشت.

بخش ۴: به چاپ رساندن

با داشتن یک نوشته‌ی فوق‌العاده شما آماده‌ی ایستادن در برابر مردم دنیا و میخکوب

کردن آن‌ها هستید. البته که باید نظر کارشناسی فرد دیگری را هم در این زمینه پرسید، اما بعد از این کار دیگر باید به دنبال مسئول نشر و سایر عوامل مربوطه باشید. ز این جماعت واهمه نداشته باشید؛ آن‌ها خودشان به دنبال نویسنده‌هایی (مثلاً شما) که داستان‌های فوق‌العاده‌ای دارند می‌گردند. اگر شما چیزی را که می‌خواهند داشته باشید، آن‌ها فوراً به دوستان ابدی شما تبدیل می‌شوند.

بن بخش به شما یاد می‌دهد چگونه ناشرانی را پیدا کنید که بیشترین علاقه را به نوع نوشته‌ی شما نشان می‌دهند. در این بخش شما می‌فهمید چگونه باید توپ را در زمین ناشرانی بیندازید که دقیقاً دنبال چیزی هستند که در داستان شماست.

بخش ۵: بخش ده‌تایی‌ها

این بخش حاوی منابع دم‌دستی برای دو مورد از موضوعاتی است که همواره مورد توجه‌اند:

ده گام برای طرح‌ریزی داستان شما و ده دلیل رد شدن رمان‌ها توسط ناشران.

نمادهای به کار رفته در این کتاب

برای ساده‌تر شدن خواندن این کتاب و آسانی استفاده از آن، ما در حاشیه‌ها از چند علامت استفاده کرده‌ایم که به کمک آن‌ها می‌توانید اطلاعات و اندیشه‌های کلیدی را پیدا و درک کنید.

نکته‌ها و توصیه‌های موزنی که به خاطر سپردنشان ساده است و می‌توانید بلافاصله آن‌ها را به کار بندید.



این نماد نشان از یک تمرین نوشتن دارد که باید برای پیش رفتن در رمان‌تان آن را انجام دهید.



این نماد اشاره به توصیه‌هایی دارد که در طول سال‌های فعالیت خود بارها با آن مواجه خواهید شد.



نماد هشدار که به معنی کار خطرناکی است که باید از انجام آن پرهیز کنید.



این نماد در کنار مطالبی می‌آید که واقعاً برای کسانی اتفاق افتاده‌اند و در تشریح مطالب ما مؤثرند.



مقصد بعدی

نکته‌ی فوق‌العاده‌ای که درباره‌ی این کتاب وجود دارد این است که خود شما تصمیم می‌گیرید خواندن را از کجا شروع کنید و چه مطلبی را بخوانید. این کتاب مرجعی است که شما به خواست خودتان می‌توانید به آن متوسل شوید یا کنارش بگذارید. فقط کافی است به فهرست مطالب نگاهی بیندازید تا اطلاعات مورد نظر خود را پیدا کنید.

اگر در داستان‌نویسی تازه‌کار هستید، ممکن است بخواهید خواندن این کتاب را از اول شروع کنید و آن را تا پایان مطالعه کنید. اگر تجربه‌ی بیشتری دارید، آن‌گاه می‌توانید موضوعی را که برایتان جالب است پیدا کنید و یک‌راست سروقت آن بروید. اگر به شخصیت‌پردازی علاقه‌مندید سری به فصل ۷ بزنید. اگر هم یک داستان نوشته‌اید و می‌خواهید طرح آن را تحلیل کنید به فصل ۱۳ مراجعه کنید و بالاخره اگر به توصیه‌هایی در زمینه‌ی پیدا کردن ناشر نیاز دارید، سری به فصل ۱۷ بزنید. فرقی نمی‌کند دنبال چه می‌گردید؛ در این کتاب شما با گنجینه‌ای از اطلاعات و توصیه‌های کاربردی سر و کار دارید. آماده؟ به‌جای خود، حرکت!

بخش ۱

آماده شدن برای داستان نویسی

موج پنجم

ریچ تنانت

برای والتر اجزای اصلی نوشتن یک داستان خوب
همیشه عبارت بودند از پی‌رنگ، شخصیت،
صحنه‌پردازی، و یک نوشابه خنک.

©RKHTENNANT



در این بخش می‌خوانید...

می‌دانیم که برای نوشتن هیجان‌زده هستید، اما پیش از آنکه کارتان را شروع کنید باید به صورت استراتژیک بیندیشد. ما در این بخش نگاه دقیقی داریم به چیزهایی که یک داستان را خاص جلوه می‌دهند و سبک/نوع داستانی‌ای که برای شما و مخاطبتان کاملاً مناسب است. پس از آن چهار روش معمول مورد استفاده‌ی رمان‌نویسان را بررسی می‌کنیم. در نهایت به بررسی عمیق موضوع مهم‌تری می‌پردازیم که همان مدیریت زمان (و مدیریت خودتان) است.

فصل ۱

اصول داستان‌نویسی

در این فصل

- ◀ دورخیز برای به چاپ رساندن
- ◀ آمادگی ذهنی برای نوشتن
- ◀ نوشتن داستانی فوق‌العاده و ویراست آن

که گفتید قصد دارید رمان بنویسید؟ چه عالی! اما آیا این تمام کاری است که می‌خواهید انجام دهید؟ به هر حال، هر کسی می‌تواند یک‌سری کلمه تایپ کند و اسمش را بگذارد رمان. مهم این است که رمان جوری نوشته شود که بتوان چاپش کرد. این کتاب برای داستان‌نویسانی طراحی شده است که می‌خواهند یک رمان عالی بنویسند و آن را به چاپ برسانند و این هدف سخت و جان‌فرسایی است؛ اما اگر هوشمندانه عمل کنید، کاملاً شدنی است.

اگر می‌خواهید رمان بنویسید باید ذهن‌تان به‌طور کامل درگیر این کار شود. این یعنی باید طرح بازی‌ای را بریزید که در آن حتماً برنده خواهید شد، و بعد این طرح را عملی کنید. وقتی طرح‌تان آماده شد به مهارت‌های نوشتن (و دوباره‌نویسی) نیاز دارید، آن هم به مقدار زیاد. داستان‌نویسی یعنی ایجاد مجموعه‌ای به هم پیوسته‌ای از مهارت‌های فنی که هم استراتژیک هستند و هم تاکتیکی. هیچ‌کدام این مهارت‌ها سخت نیستند و اگر راهنمای خوبی داشته باشید فراگیری‌شان بسیار آسان‌تر خواهد بود.

بعد از نوشتن رمانی خوب، چه بخواهید یک نماینده استخدام کنید و چه خودتان معامله را انجام دهید، فروختن یک داستان قوی به این بستگی دارد که بهترین ارتباط‌ها را با مناسب‌ترین افراد و در بهترین زمان‌ها برقرار کنید.

هدف ما در این کتاب این است که شما را از مقام نویسنده‌ی تازه‌کار به مقام نویسنده‌ی حرفه‌ای برسانیم. ما کاملاً مطمئنیم که شما از پشش برمی‌آیید و چگونگی‌اش را هم در این فصل توضیح خواهیم. اگر شما استعداد و پشتکار لازم برای انجام کاری که باید به آن بپردازید را داشته باشید، هدف‌تان می‌تواند اتفاق بیفتد و اتفاق هم خواهد افتاد.

پنج افسانه‌ی محلی که می‌توانند برایتان شر درست کنند

اکتسابی باشد چه؟ حقیقت امر این است که رمان نوشتن به چند مهارت نیاز دارد. ما هرگز کسی را ندیده‌ایم که از بدو شروع به نوشتن تمام این مهارت‌ها را داشته باشد. هر رمان‌نویس کتاب چاپ کرده‌ای که ما می‌شناسیم ساعت‌های زیادی را صرف آموختن فن نوشتن کرده است. همگی این آدم‌ها هم در یک چیز اشتراک داشتند: ثبات قدم. ما اصلاً نمی‌دانیم استعداد چه می‌تواند باشد، اما وقتی ب ثبات قدم روبه‌رو شویم تشخیص‌اش می‌دهیم. اگر ثابت قدم باشید شانس چاپ آثارتان به اندازه‌ی هر کس دیگری بالا خواهد بود.

✓ **افسانه‌ی شماره ۳: تو که چیزی نداری که راجع به آن بنویسی.** مگر فقط یک جور رمان برای نوشتن وجود دارد؟ آیا همه‌ی رمان‌نویس‌ها باید حتماً اهل نیویورک باشند؟ همه‌شان باید شیک و باحال باشند؟ چرا؟ اگر به اندازه‌ای عمر کرده باشید که تایپ کردن را یاد گرفته‌اید، قطعاً چیزی دارید که از آن بنویسید. اگر تا به حال ترس، شوق، پس زده شدن، عشق، خشم، لذت، درد، اعنا، یا تنگدستی را تجربه کرده باشید حتماً خیلی چیزها برای نوشتن دارید. اگر از دوران کودکی تیره و تاری جان به در برده‌اید یا در دوره‌ی راهنمایی مدرسه‌ی مزخرفی داشتید یا از رابطه‌ی مسمومی بیرون آمده‌اید - اگر تا جهنم رفته و برگشته‌اید - آنگاه نوشتنی‌هایتان به اندازه‌ی تمام فعالیت حرفه‌ای‌تان جواب می‌دهد. اگر زندگی‌تان، از آغاز تا پایان، یک جریان شاد از خوشی مطلق بوده است، آن وقت باید کمی بیشتر زحمت بکشید. اما همچنان می‌توانید از این زندگی هم داستانی بسازید.

به محض اینکه به اطلاع خانواده و دوستان‌تان برسد که دارید روی یک رمان کار می‌کنید آن‌ها شروع می‌کنند به قصه‌سرایی درباره‌ی نوشتن. این‌ها چیزهایی هستند که "همه می‌دانند" و در عین حال از بیخ و بن اشتباهند. اما این باورها - غلط یا درست - می‌توانند حرفه‌ی نویسندگی شما را پیش از آغاز به پایان برسانند. در ادامه تعدادی از این افسانه‌های محلی را که به گوش‌مان رسیده است همراه با جواب‌هایی که شما باید بدانید آورده‌ایم:

✓ **افسانه‌ی شماره ۱: تو برای رمان نوشتن به اندازه‌ی کافی باهوش نیستی.** برای رمان نوشتن باید چقدر هوش داشت؟ تو از کجا می‌دانی؟ اصلاً آ‌ی کیو چه ربطی به داستان‌نویسی دارد؟ حقیقت این است که مهم‌ترین چیزی که هر رمان‌نویسی به آن نیاز دارد این است که به ژرفای چشمه‌های احساسی خود شیرجه بزند و داستانی بیافریند که بتواند خواننده‌هایش را تکان دهد. ما رمان‌نویس‌های زیادی را می‌شناسیم که درجه‌ی هوشی آن‌ها گسترده‌ی وسیعی را - از متوسط گرفته تا بسیار باهوش - شامل می‌شود. اما تک‌تک آن‌ها کسانی هستند که اگر برای مدتی طولانی با آن‌ها در یک جزیره‌ی دورافتاده گیر بیهوش‌خوش‌حال خواهیم بود. رمان‌نویسان آدم‌های بسیار صادقی هستند که از بیان حقایق درونی خود طفره نمی‌روند. اگر از پس این کار برآیید، می‌توانید رمان هم بنویسید.

✓ **افسانه‌ی شماره ۲: تو برای رمان نوشتن به اندازه‌ی کافی استعداد نداری.** استعداد چیست؟ آیا همه بلدند استعداد را اندازه بگیرند؟ اگر استعداد به جای موروثی بودن

بشوی دوستانه را از یاد می‌بری. کدام نویسنده‌ی معروفی بعد از به شهرت رسیدن دوستان واقعی‌اش را از یاد برد؟ اصلاً چرا آدم باید چنین کاری نکند؟ اگر معروف بشوید تعداد زیادی از آدم‌هایی که وانمود می‌کنند دوست شما هستند دوره‌تان می‌کنند تا از شهرت‌تان بهره ببرند. دیری نمی‌پاید که می‌فهمید دوستانی که شما را قل از شهرت می‌شناختند تنها دوستانی هستند که مطمئنید واقعاً شما را به خاطر خودتان دوست دارند. شما دوستان واقعی‌تان را فراموش نمی‌کنید. بلکه ارزش آن‌ها را بیش از پیش خواهید دانست.

✓ افسانه‌ی شماره ۴: تو باید برای چاپ کردن رمان آدم بشناسی. چه کسی استفان کینگ را قبل از نشر آثارش می‌شناخت؟ چه کسی تام کلنسی را می‌شناخت؟ چه کسی نا‌حی. کی. رولینگ آشنا بود؟ اگر نوشته‌ی خوبی در جیب داشته باشید خیلی زود با آدم‌ها ارتباط می‌گیرید. تنها کاری که باید بکنید این است که آنچه نوشته‌اید را به دیگران ارائه کنید تا آدم‌های مربوطه پیدایتان کنند. بله، جداً همین‌طور است. نوشته‌های خوب همیشه روابط خوبی و به ارمغان می‌آورند.

✓ افسانه‌ی شماره ۵: وقتی معروف

تعیین هدف نهایی‌تان به‌عنوان یک نویسنده

اگر دارید رمان می‌نویسید، در تعیین اهداف‌تان میانه‌روی نکنید. اول از همه، شما می‌خواهید یک رمان خیلی خوب بنویسید، مگر نه؟ شما وارد این بازی نشده‌اید که چرندیات بنویسید. شما استعداد دارید، و یک داستان، و می‌خواهید آن را به‌خوبی به رشته‌ی تحریر درآورید.

دوم آنکه شما می‌خواهید این داستان وامانده را به چاپ برسانید. سرتان را کج نکنید و نگویند: «همین که بنویسمش کافی است». بنویسید تا چاپ کنید. فروتنی خوب است اما اگر کادب باشد سبب می‌شود شما از آنچه که واقعاً می‌خواهید انجام دهید باز بمانید.

همین حالا این فعالیت را انجام دهید:

۱. یک تکه کاغذ بردارید و جملات زیر را روی آن بنویسید:

«من می‌خواهم رمان بنویسم و آن را چاپ کنم. من این کار را انجام می‌دهم چون نوشتن رمان کار ارزشمندی است و من استعدادش را دارم. من به این کار می‌پردازم چون می‌خواهم اثر ارزشمندی را با دنیا در میان بگذارم. اجازه نمی‌دهم هیچ چیز مانعم شود.»



۲. تاریخ امروز را بالای صفحه و امضای خود را پایین آن درج کنید.

کاغذ حاوی این نوشته‌ها را جایی بچسبانید که هر روز جلوی چشم‌تان باشد و دربارهی آن به خانواده و دوستان‌تان اطلاع دهید.

از این لحظه به بعد شما یک نویسنده‌ی نوپا هستید. از گفتن این موضوع خجالت نکشید. در آن روز زیبایی که رمان‌تان بالاخره به چاپ می‌رسد، شما نویسنده‌ای حرفه‌ای خواهید بود.

سپار شایع است که یک نویسنده‌ی تازه‌کار (در حالی که سرش را کج کرده) بگوید: "من نویسنده‌ای هستم که آثار چاپ نشده‌ای دارم." این واژه‌ی چاپ نشده را از فرهنگ لغات خود حذف کنید. شما نویسنده هستید. خودتان را نویسنده به حساب آورید، چه اثرتان چاپ شده باشند، چه نشده باشند.



مسیر رندی تا چاپ آثارش

کرد. حدود یک سال بعد او در یک همایش ادبی با نماینده‌ای آشنا شد و در عرض چند ماه قرارداد نمایندگی ادبی را با وی امضا کرد. این نماینده دست‌نوشته‌ی رندی را به تعدادی از ناشران احتمالی نشان داد. رندی همچنان می‌نوشت.

ناشران فهرست نماینده، یکی پس از دیگری رمان او را رد کردند. نماینده‌ی رندی رمان را به ناشران دیگری ارائه کرد و آن را دوباره روی میز ناشرانی که پیش‌تر ردش کرده بودند، اما ظاهراً از آن خوش‌شان آمده بود، گذاشت. یکی از ناشران سه مرتبه کتاب را رد کرد. رندی همچنان به نوشتن ادامه می‌داد.

آخرین ناشر نکات خوبی در کتاب رندی دید. کمیته‌ی نشر چندین ماه را صرف بررسی رمان رندی کرد، و بعد آن را رد کرد. اما این کمیته به سه مورد اشاره کرد که سبب شده بودند انتشارات از خرید آن رمان سر باز زنند. نماینده‌ی رندی به او تلفن زد و خبر رد کتاب را در کنار سه دلیل این موضوع به وی اطلاع داد. آن روز، رندی نوشتن رمان تازه‌ای را آغاز کرد؛

در سال ۱۹۸۸ رندی تصمیم گرفت رمانی بنویسد و یک روز آن را به چاپ برساند؛ دلیلش هم مهم نیست، همین طوری. او نوشتن رمان را آغاز کرد و حدود یک سال بعد به اندازه‌ای نوشته بود که احساس کرد آمادگی‌اش را دارد که به یک همایش ادبی برود. او با چند نویسنده‌ی تازه‌کار دیگر آشنا شد، کمی آموزش دید و به گروهی از مستقدان پیوست. یک سال دیگر هم گذشت و در طول آن مهارت‌های رندی افزایش یافتند. از یک زمان خاص به بعد، او به این نتیجه رسید رمانی که دو سال بود روی آن کار می‌کرد ایرادات ویرانگری دارد. او نوشته‌اش را توی کثو گذاشت و هرگز دوباره سرش برفت، اما تصویری را که در ذهن داشت رها نکرد. هدف این نبود که آن رمان به چاپ برسد؛ هدف این بود که یک رمان چاپ شود. رندی به نوشتن ادامه داد، رحمت کشید و بعد از یکی دو سال، رمان دیگری را به پایان رساند. سپس او جستجو برای یک نماینده را آغاز کرد و در کنار آن نوشتن کتاب بعدی‌اش را شروع

کارت می‌است؛ طرح را به همراه ۱۰۰ صفحه از داستان برایم بفرست."

یک سال و نیم بعد، رندی بدون کمک نماینده توانست رمانش را به انتشاراتی که آن ویراستار برایش کار می‌کرد بفروشد. رمان در بهار سال ۲۰۰۰، یعنی ۱۲ سال بعد از شروع کار نویسندگی توسط رندی، به چاپ رسید. بالاخره رندی نویسنده‌ای حرفه‌ای شده بود. رمان تخیلف برنده‌ی جایزه‌ی کریستی شد و رندی چند رمان برنده‌ی دیگر نیز نوشت. رندی آنقدر معروف شد که از او به‌عنوان مدرس در همایش‌ها دعوت می‌کردند.

زمان را نه سال به جلو ببرید. رندی به چندین نویسنده درس داده و تعدادی از آن‌ها را تا مرحله‌ی حرفه‌ای شدن راهنمایی کرده است. شاهد پرفروش شدن آثار شاگردانش بوده است و حالا شاهد رسیدن بعضی از آن‌ها به فهرست نهایی نامزدهای جوایز بررگ است. در این کتاب، او به شرح مطالبی می‌پردازد که در طول ۲۱ سال درباره‌ی فن و هنر نویسندگی فرا گرفته است.

رمانی که هیچ‌یک از آن مشکلات را نداشت. این بار او مطمئن بود که برگ برنده را در دست دارد. این رمان همانی بود که بنا بود چاپ شود. نماینده‌ی رندی این ایده را دوست داشت و او را تشویق کرد. رندی به نوشتن ادامه داد.

سه ماه بعد، نماینده‌ی رندی فوت شد. رندی بدجوری متأثر شده بود. هشت سال از رمانی که او نوشتن را آغاز کرده بود، می‌گذشت. او یک رمان کامل نوشته بود، تمام تلاشش را کرده بود که آن را بفروشد، از همه جواب منفی شنیده بود و قهرمان‌اش را هم از دست داده بود. او به نوشتن ادامه داد.

کمی بعد، رندی به یک همایش ادبی رفت و در آنجا برای ملاقات ویراستاری که قبلاً هرگز با او آشنا نشده بود وقت گرفت. او به‌صورت اتفاقی گنجی پیدا کرد و بهترین بهره را از آن برد. ویراستار از او نمونه کار خواست. رندی پنج صفحه از نوشته‌اش را روی میز گذاشت و ویراستار بگاهی گذرا به آن‌ها انداخت. او گفت: "قلم خوبی درید"، و ادامه داد: "این

برجسته‌سازی جایگاه خود به‌عنوان یک نویسنده

حالا که هدف‌تان را - نوشتن رمانی که برای چاپ مناسب باشد - تعیین کرده‌اید، می‌توانیم به‌صورت استراتژیک درباره‌ی مسیری در پیش‌رو داریم صحبت کنیم. البته کار آسانی نیست، اما زمانی که کارها را با ترتیب صحیح انجام دهید، مسیرتان مستقیم خواهد بود.

ما در زندگی نویسندگان، چهار مرحله را تا لحظه‌ی چاپ آثارشان شناسایی کرده‌ایم. این چهار مرحله شبیه به چهار سال دوره‌ی کارشناسی هستند و به همین دلیل ما آن‌ها را با عناوین سال اولی، سال دومی، سال سوم و سال آخری بررسی می‌کنیم.

لطفاً توجه کنید که این مراحل ممکن است در کمتر از یک سال طی شوند. ما نویسنده‌ای را دیده‌ایم که در زمانی کمتر از یک سال از سال دومی به سال آخری تبدیل شده بود. رندی کاملاً اطمینان دارد که برای هشت سال در جایگاه سال سوم گیر کرده بود.

گر او یک مربی خوب داشت، می‌توانست در مدت یک سال از آن وضعیت دردناک سال سومی دریابد. به همین دلیل است که او از راهنمایی کردن نویسنده‌های نوپا لذت می‌برد.

این قسمت به چهار مرحله‌ی ذکر شده می‌پردازد و توضیح می‌دهد که شما چگونه می‌توانید در هر مرحله پیش بروید.

سال اولی‌ها: تمرکز بر فن

نویسنده‌های سال اولی تازه وارد گود شده‌اند. اشکالی هم ندارد. حتی دارندگان مدرک دکترای هم یک روزی در دانشگاه سال اولی بودند. هر نویسنده‌ی بنامی هم یک روزی نویسنده‌ی سال اولی و تازه‌کاری بوده است. نویسندگی مسیری است که باید آن را گام به گام پیمود. به‌طور معمول نویسنده‌های سال اولی یک عمر داستان خوانده‌اند و بالاخره تصمیم گرفته‌اند که نوشتن یک رمان را آغاز کنند. آن‌ها چند فصل می‌نویسند و بعد این حقیقت تلخ را کشف می‌کنند که این بازی داستان‌نویسی از آنی که فکرش را می‌کردند دشوارتر است.

بعضی از سال اولی‌ها بی‌خیال می‌شوند، اما بعضی دیگر پافشاری می‌کنند و تصمیم می‌گیرند در زمینه‌ی فن داستان‌نویسی آموزش ببینند. آن‌ها کتاب می‌خوانند، واحد می‌گذرانند، به گروه‌های منتقدان می‌پیوندند یا به همایش‌های ادبی می‌روند. از همه مهم‌تر اینکه آن‌ها به نوشتن ادامه می‌دهند.

هیچ‌کس با حرف زدن درباره‌ی نوشتن یا شنیدن درباره‌ی آن، نویسنده‌ی خوبی نشده است. شما فقط با نوشتن است که نویسنده‌ی خوبی می‌شوید. سپس کارتان را در معرض نقد می‌گذارید، ایرادات آن را پیدا می‌کنید و دوباره تلاش می‌کنید؛ و دوباره و دوباره.



در ابتدا نویسنده‌های سال اولی هیچ تغییری احساس نمی‌کنند. به‌نظر می‌رسد که شرکای منتقد بیچاره‌شان، هرگز احساس رضایت نمی‌کنند و سر و کله‌ی ایرادات تازه پیش از حل و فصل قبلی‌ها پیدا می‌شود. اما ثبات قدم نتیجه می‌دهد. در نهایت بعد از ماه‌ها کار سخت، نویسنده‌های سال اولی یک روز از خواب برمی‌خیزند و با این حقیقت غافلگیرکننده روبه‌رو می‌شوند: آن‌ها پیشرفت کرده‌اند. خیلی هم پیشرفت کرده‌اند.

نویسنده‌ی سال اولی با نوشتن، نقد شدن، مطالعه‌ی فن داستان‌نویسی و با نوشتن بیشتر پیشرفت می‌کند.



سال دومی‌ها: گلاویز شدن با طرح

نویسنده‌های سال دومی خیلی وقت است که به نوشتن مشغولند و دیگر تازه‌کار حساب نمی‌شوند. سایر نویسنده‌هایی که در گروه منتقدان آن‌ها حضور دارند به آن‌ها می‌گویند: «کارت خیلی خوب است. خیلی پیشرفت کرده‌ای.»

بیشتر نویسنده‌های سال دومی حداقل یک کلاس درباره‌ی نویسندگی گذرانده و چندین کتاب درباره‌ی آن خوانده‌اند. نویسنده‌ی سال دومی تقریباً همیشه به کنفرانس‌های نویسندگی (حداقل یکی) رفته است. او دیگر دارد اعتمادبه‌نفس خود را به‌دست می‌آورد. برای چنین نویسنده‌ای بازی نویسندگی دیگر مایوس‌کننده به‌نظر نمی‌رسد و فن نوشتن برای او دیگر یک معما نیست.

اما همچنان یک مسئله به‌صورت معما باقی می‌ماند: یک نویسنده‌ی سال دومی تا حالا باید شنیده باشد که چاپ اثر چقدر کار سختی است. چیزی به نام طرح کتاب وجود دارد که باید نوشته شود، اما آدم از کجا بداند که طرح کتاب باید چه شکلی باشد؟ تازه طرح کتاب به خلاصه‌ی داستان هم نیاز دارد؛ این همان چیزی است که در قالب واژگان، بسیار دهشت‌انگیز می‌نماید. اصلاً خلاصه‌ی داستان چه ربطی به طرح پیشنهادی دارد؟ در حالت معمول نویسنده‌ی سال دومی احساسی بین ترس و اعتمادبه‌نفس دارد: اعتمادبه‌نفسی رو به رشد در حرفه‌اش و ترسی فزاینده از بازاریابی. (اگر نسبت به مفاهیم طرح پیشنهادی، خلاصه‌ی داستان و طرح داستان کنجکاو هستید به فصل ۱۶ مراجعه کنید.)

در اینجا پذیرفتن شکست آسان است، اما این کار بزذل‌هاست. استراتژی منجر به پیروزی این است که به نوشتن ادامه دهیم - و در فن پیشرفت کنیم - اما در عین حال شروع به درک این موضوع کنیم که چگونه می‌توانیم برای کار خود بازار کارآمدی پیدا کنیم. نوشتن مطالب مربوط به بازاریابی مانند طرح پیشنهادی، خلاصه‌ی داستان و طرح داستان مهارتی است که هیچ رمان‌نویسی نمی‌تواند از آن غافل شود.

اگر شما سال دومی هستید دیگر وقت آن رسیده که با در دست داشتن یک طرح پیشنهادی (و یک یا دو فصل کامل از داستان‌تان) به یک همایش ادبی بروید و آن را به کسی، مثل یک نویسنده‌ی دیگر، یک نماینده‌ی ادبی یا یک دبیر انتخاب کتاب نشان دهید. طرح پیشنهادی احتمالاً به کار زیادی نیاز دارد. با چنین رویکردی به پیش بروید و بخواهید که طرح‌تان را نقد کنند. مشخصاً توضیح دهید که در حال حاضر قصد علنی کردن پروژه‌تان را ندارید و فقط می‌خواهید فوت و فن کار را یاد بگیرید. تا آن‌جا که تحمل دارید نقد بشنوید. (اگر درباره‌ی تفاوت مفهوم نماینده‌ی ادبی، دبیر انتخاب کتاب و ناشر تردید دارید به فصل ۱۷ مراجعه کنید.)



دیگر نمی‌توانم صبر کنم! تمرین طرح داستان

برای ناشران، مهم‌تر می‌شود؛ ناشر می‌بایست بداند که پروژه شانس خوبی برای فروش دارد. لطفاً توجه کنید که طرح برای داستان، با ارائه‌ی طرح برای سایر انواع نوشتار تفاوت فراوانی دارد. طرح پیشنهادی اغلب بخشی از این فرایند است (که در مورد آن به‌طور کامل در فصل ۱۶ توضیح داده می‌شود). با این حال طرح داستان برای بسیاری از رمان‌نویس‌های خبره بسیار مهم است و حذف کامل آن، کار عاقلانه‌ای نیست. اگر با یک نماینده‌ی ادبی ملاقات کردید و او با خواندن طرح پیشنهادی از کارتان خوش‌اش آمد مطمئن باشید که او تقاضای بیشتری خواهد داشت؛ یا دست‌نوشته‌ی شما یا یک طرح داستان با چند نمونه فصل. در چنین زمانی دیگر برای درک اینکه نیاز به یادگیری نحوه‌ی نوشتن طرح داستان دارید خیلی دیر شده است. حتی نماینده‌های ادبی‌ای هم که از شما طرح داستان نمی‌خواهد سؤالاتی خواهد پرسید که به طرح داستان شباهت دارند.

آیا یک رمان برای اینکه به ناشر فروخته شود نیاز به یک طرح داستان خوب و طولانی دارد یا اینکه یک خلاصه‌ی داستان کوتاه کفایت می‌کند؟ اکثر نویسندگانی که رندی می‌شناسد همیشه طرح‌های پیشنهادی کاملی آماده و تقدیم ناشر می‌کنند. آن‌ها این کار را حتی برای ناشرانی که مدت‌هاست با آن‌ها کار می‌کنند انجام می‌دهند. نماینده‌ها یا کارگزارانی که رندی می‌شناسد همگی بر گرفتن یک طرح داستان، بیش از موافقت با نمایندگی یک نویسنده تأکید دارند و اکثرشان هم در تقدیم رمان‌های احتمالی به ناشران از طرح داستان استفاده می‌کنند. یک ویراستار می‌گفت که از طرح داستان خوش‌اش می‌آید زیرا این طرح کمکش می‌کند برای بردن پروژه نزد کمیته‌اش آمادگی پیدا کند. رندی تأکید می‌کند که فراگیری نوشتن طرح داستان برای هر نویسنده‌ای تمرینی ارزشمند است. بسیاری از نویسندگان داستان‌های بازاری، به این طرح‌ها نیاز دارند و این فعالیت روزبه‌روز با سحت‌تر شدن عرصه‌های اقتصادی

به خانه بروید و دوباره روی طرح داستان‌تان کار کنید. این کار را دوباره و دوباره تکرار کنید. دیر یا زود به‌طرز سحرآمیزی خواهید فهمید که یک طرح داستان فوق‌العاده دارید که برآورده‌ی نوشته‌ی بی‌نظرتان است. از انتها به بعد شما یک نویسنده‌ی سال سومی هستید.

نویسنده‌ی سال دومی با نوشتن، مطالعه‌ی نحوه‌ی نوشتن طرح داستان، نوشتن اولین طرح واقعی و سپس با آزمودن این طرح در همایش‌های ادبی، در کارش پیشرفت می‌کند.



سال سومی‌ها: به کمال رساندن مهارت

نویسنده‌های سال سومی نویسندگانی فوق‌العاده‌ای هستند. آن‌ها در تمام مهارت‌هایی که برای به چاپ رساندن آثارشان نیاز دارند به مرتبه‌ی استادی رسیده‌اند. منتقدان هم گروهی‌شان به آن‌ها می‌گویند: "تو چرا کارت هنوز چاپ نشده است؟"

نویسنده‌ی سال سوم معمولاً یک طرح داستان یا نمونه فصل را به همایش‌های ادبی برده، آن را به یک ویراستار یا نماینده نشان داده و این عبارت سحرآمیز را شنیده است: "کارت را برایم بفرست". نویسنده‌ی سال سومی همچنین چند ماه بعد این خبر را دریافت کرده است که "کار شما راست دست من نیست".

سال سوم نویسنده‌ی می‌تواند اعصاب خردکن، تحقیرآمیز و مأیوس‌کننده و در عین حال شاعرانه‌نگیز باشد. این مرحله دارای فراز و نشیب‌های بسیاری است که شما با پافشاری بر مواضع خود می‌توانید از آن‌ها عبور کنید.

اگر شما یک نویسنده‌ی سال سوم هستید به نوشتن، نوشتن و نوشتن - یعنی به کمال رساندن فن خود - نیاز دارید. شما همچنین باید طرح داستان خود را ویرایش کنید و آن را - ترجیحاً در همایش‌های ادبی - به رخ دیگران بکشید.

کاملاً احتمال دارد که شما در اواخر این مرحله از نویسنده‌ی یک نماینده پیدا کنید یا از یک ویراستار بشنوید که کتاب‌تان توسط کمیته‌ی نشر بررسی می‌شود، یا ممکن است نویسنده‌ای که قبلاً آثارش منتشر شده اثرتان را بخواند و به شما بگوید که به هدف‌تان نزدیک هستید، اگر هریک از این اتفاقات بیفتد خیال‌تان جمع باشد که سال آخری شده‌اید.

نویسنده‌ی سال سوم با اشتیاق خود بری تکامل فنی، با ویرایش طرح داستان خود، و با عرصه‌ی پروژه‌هایش به کارگزاران و ویراستاران فعال، پیشرفت می‌کند.



سال آخری‌ها: آمادگی برای حرفه‌ای شدن

سال آخری‌ها آن دسته از برگزیدگانی هستند که قرار است آثارشان چاپ شود. این امر بر همگن آشکار است: رفقای منتقدشان، خانواده‌شان، دوستان و نماینده‌شان. اما این به این معنا نیست که خود فرد هم چنین احساسی داشته باشد.

دوران سال چهارمی شما می‌تواند بسیار مصیبت‌بار باشد. شما به اندازه‌ی تار مویی با انتشار اثرتان فاصله دارید. در عمق وجودتان می‌دانید که از خیلی از نویسنده‌هایی که آثارشان منتشر شده بهتر می‌نویسید. در دنیایی منصف شما باید قادر به چاپ اثرتان باشید. پس چرا این اتفاق نمی‌افتد؟

پاسخ این سوال این است که شما هنوز ناشر مناسب را برای پروژه‌ی مناسب و در زمان مناسب پیدا نکرده‌اید. ایجاد چنین ارتباطی زمان می‌برد؛ زمانی که شما به‌عنوان یک سال آخری سپری می‌کنید. هر نویسنده‌ی سال آخری‌ای هر لحظه ممکن است اثری به چاپ برساند.

برنامه‌ی کاربردی شما به‌عنوان یک سال آخری فقط ادامه‌ی فرایند است. در این لحظه

شما باید توانسته باشید یک دست‌نوشته‌ی کامل و ویرایش شده به همراه یک طرح داستان قوی آماده کنید. کارتان را نزد ویراستاران ببرید (یا اجازه دهید نماینده‌تان چنین کند). به عرضه کردن کارتان ادامه دهید و به شکست‌ها اعتنا نکنید. فقط یک جواب مثبت برای انتشار اثر کافی است. دنبال این جواب مثبت بگردید.

همچنان به نوشتن ادامه دهید. شما ممکن است یک روز از خواب بیدار شوید و یک ایده‌ی بکر برای یک رمان داشته باشید. در لحظه خواهید فهمید که این همانی است که باید باشد و این رمان بلیت برنده‌ی شماست. اگر چنین شود دنبال غریزه‌تان بروید. این رمان را با نهایت علاقه بنویسید. در این زمان دیگر تمام مهارت‌های لازم برای نوشتن یک رمان عالی را دارید و خواهید دانست که این کار را بسیار راحت‌تر انجام می‌دهید تا اصلاح آن نوشته‌ی نخ‌نمایی که در سال اول گریبان‌تان را گرفته بود.

یک روز - معمولاً روز مرفرفی که لاسیک ماشین پچر شده یا نشتی کف و صابون ماشین لباس‌شویی زمین را به گند کشیده یا پسر ۳ ساله‌تان تصمیم گرفته گربه را اتو زنند - تلفن زنگ می‌رند و نماینده‌تان خبر می‌دهد که یک ناشر برای رمان شما پیشنهادی دارد. آن روز شما تمام آن سال‌های سرشار از اشتیاق، شکست و رنج را از یاد خواهید برد. آن روز، روزی است که شما یک نویسنده‌ی حرفه‌ای شده‌اید.

نویسنده‌ی سال چهارمی با نادیده گرفتن شکست‌ها و ادامه‌ی ارائه‌ی پروژه‌ی ویرایش شده تا لحظه‌ی خرید آن توسط یک ناشر، در کارش پیشرفت می‌کند.



سازمان‌دهی کردن خود

اکثر نویسندگان از سازمان‌یافتگی بیزارند. ما هم همین‌طور. احتمالاً ما دو برابر شما از این کار بیزاریم، چون ما دو نفریم اما به هر حال فهمیده‌ایم که وقتی اول کمی خودمان را سر و سامان می‌دهیم میزان پویایی‌مان بیشتر است. کار مفرحی نیست، اما باعث می‌شود کارهای مفرح ساده‌تر شوند.

سازمان‌دهی سبب می‌شود دقیقاً بدانیم که کارهای مفرح کدامند. بنابراین در این کتاب ما کارمان را (در فصل ۲) با نگاهی از بالا به اینکه داستان چرا جذاب است و چرا خواننده می‌خواهد داستان شما را بخواند شروع می‌کنیم. چه چیزی باعث می‌شود که خواننده کتاب شما را ساعت ۳ صبح همچنان ورق بزند، در حالی که ساعت را برای ساعت ۶ کوک کرده است؟ ما راز این امر را برایتان فاش می‌کنیم و به شما می‌گوییم برای اینکه خواننده را تا صبح بیدار نگه‌دارید باید چه کار کنید.

در فصل ۳ ما به بررسی جایگاه و ژانر شما می‌پردازیم. شما نمی‌توانید برای همه‌ی خوانندگان دنیا جالب باشید اما خبر خوب این است که هیچ نویسنده‌ی دیگری هم

نمی‌تواند، بعضی از خواننده‌هایی که روی این کوهی خاکی راه می‌روند شما را بهترین نویسندگانی که تا به حال اثری از او خوانده‌اند می‌دانند. شما باید کشف کنید که آن خواننده‌ها کدامند و چطور می‌توانید نیازهایشان را برآورده کنید. وقتی این موضوع را بدانید دیگر آماده‌ی نوشتن بهترین کتاب برایشان هستید.



شما منحصر به فردید. این یعنی شما برای روی کاغذ آوردن اولین چرک‌نویس کارتان، روش‌هایی را به کار می‌برید که با روش‌های دوستان‌تان فرق دارد. برخی از نویسندگان (مثلاً همین پیتز) عاشق رئوس مطلب هستند. اکثر نویسندگانی که از این مورد نفرت دارند، کار ما این نیست که به شما بگوییم بهترین فرایند نوشتن رمان‌تان کدام است. کار ما این است که راه‌های متعددی برای رسیدن به کمال را نشان‌تان بدهیم (در فصل ۴ چنین خواهیم کرد) و اجازه دهیم آن راهی را که برای شما بهترین است انتخاب کنید؛ یا حتی بهتر از آن، راه منحصر به فردی پیدا کنیم که برای شما کاملاً مناسب است.

شما فقط چند منبع دارید که به کمک آن‌ها می‌توانید رمان بنویسید: زمان، انرژی و پول. اگر این سه منبع را به‌خوبی اداره کنید رمان نوشتن لذت‌بخش خواهد بود. اگر در اداره‌ی آن‌ها شکست بخورید رمان نوشتن عین بدبختی است. در فصل ۵ ما چند ایده را که در این کار مؤثرند با شما درمیان خواهیم گذاشت.

استاد شدن در شخصیت‌پردازی، طراحی ماجرای داستان و دیگر مهارت‌ها

نویسندگان نوظهور ایده‌های فوق‌العاده‌ای دارند. نویسندگان بزرگ ایده‌های عالی و فن فوق‌العاده‌ای دارند. اولین کاری که باید انجام دهید این است که فنی را که برای تبدیل ایده‌هایتان به داستان نیاز دارید، به‌خوبی درک کنید. در ادامه آنچه را که شما نیاز دارید آورده‌ایم:

✓ **دنیای داستانی:** رمان شما در خلأ اتفاق نمی‌افتد. داستان باید یک محل وقوع داشته باشد. این فلان‌جا را معمولاً صحنه یا محیط می‌نامند اما ما اصطلاح دنیای داستانی را ترجیح می‌دهیم زیرا این عبارت، به دنیایی اشاره دارد که داستان در آن اتفاق می‌افتد.

در فصل ۶ نشان‌تان می‌دهیم که در ساخت دنیای داستانی خوب چه چیزهایی مؤثرند. این کار از آنچه به‌نظر می‌رسد سخت‌تر است اما ما فهرستی از مفاهیم کلیدی را در اختیارتان می‌گذاریم تا ببینید رایج‌ترین پس‌زمینه‌هایی که سبب می‌شوند دنیای داستانی، فریاد زنان ماجرای معنی‌بخش را طلب کند کدامند.

✓ **شخصیت‌ها:** شخصیت‌های شما گذشته، حال و آینده دارند و شما باید به همه‌ی

این‌ها آگاه باشید. در فصل ۷ ایده‌هایی را نشان‌تان می‌دهیم که در ساخت یک پیشینه‌ی قابل قبول برای هر شخصیت لازمند. همچنین توضیح می‌دهیم چرا پیشینه برای دانستن آینده‌های احتمالی شخصیت‌هایتان لازم است. در پایان برایتان توضیح خواهیم داد که گذشته و آینده در زمان حال - همین الان - با هم برخورد می‌کنند و داستانی باورپذیر می‌سازند که پویاست (و خواننده را هم تکان می‌دهد).

✓ **پی‌رنگ:** رمان نوی امروزی معمولاً پی‌رنگی دارد که شامل ساختاری شش لایه است و گستره‌ای از منظرهای قابل مشاهده از ارتفاع ۱۰۰/۰۰۰ پایی تا تصویری نزدیک و شخصی را در برمی‌گیرد. به عنوان یک رمان‌نویس شما باید در تدوین هر یک از این شش لایه به درجه‌ی استادی برسید و آن‌ها را در قالب یک داستان منسجم بریزید. در فصل‌های ۸ تا ۱۰ کار با هر لایه را به شما آموزش می‌دهیم.

✓ **درون‌مایه:** هر رمان دارای یک اندیشه‌ی هسته‌ای است: یک درون‌مایه. تهدید دو سویه‌ی درون‌مایه در بیش از حد زیاد یا بیش از حد کم بودن آن است. به فصل ۱۱ مراجعه کنید تا ببینید با گوش دادن به شخصیت‌هایتان چگونه می‌توانید درون‌مایه‌تان را پیدا کنید. همچنین به شما خواهیم گفت چگونه باید رایج‌ترین مشکلات را رفع کنید.

ویرایش داستان‌تان

نوشتار باکیفیت هرگز در چرک‌نویس اولیه ظاهر نمی‌شود. چنین نوشتاری زمانی به دست می‌آید که کارتان را ویرایش کنید؛ ویرایش کردن یعنی بگه‌داشتن مطالبی که درست به نظر می‌رسند، و دور ریختن آن‌هایی که به درد نمی‌خورند و برق انداختن کل اثر تا زمانی که حسابی بدرخشند.



شما نمی‌توانید برای اصلاح رمان‌تان به ویراستار متکی باشید. ویراستاران امروزی حجم کاری بسیار زیادی دارند و پول کمی هم دریافت می‌کنند. وقتی شاهکاران را به دست آن‌ها می‌سپارید باید از قبل آن را به حد خوبی از درخشندگی رسانده باشید.

ویرایش داستان کار سختی است اما اندیشه‌ی سختی در پس آن نیست. این کار شامل دو گام اصلی می‌شود:

✓ اصلاح شخصیت‌ها تا جایی که کاملاً زنده شوند

✓ اصلاح خط روند داستانی در تمام شش لایه‌ی پی‌رنگ

در بخش ۳ این کتاب به شما خواهیم گفت که چه کاری لازم است بکنید و چطور باید انجام‌اش دهید. در فصل ۱۲، خواهید فهمید که پرونده‌ی شخصیت، پیشینه، ارزش‌ها و انگیزه‌های او، اهداف داستان و مهم‌تر از همه ظرافت‌های زاویه‌ی دید (POV) کدامند. در فصل ۱۳ نیز نشان‌تان می‌دهیم چطور در داستان خود جذابیتی بیافرینید که در حلقه‌های زنجیره‌ی هفت‌حلقه‌ای فروش به بهترین ابزاری تبدیل شود که بین شما و توده‌های خوانندگان‌تان قرار می‌گیرد. ما ساختار سه پرده‌ای ارسطو را برایتان شرح می‌دهیم اما در کنار آن ساختار سه فاجعه‌ای را که ارسطو به خواب هم نمی‌دید توضیح می‌دهیم.

صحنه‌های شما برای به جریان انداختن داستان‌تان لازم هستند به همین علت در فصل ۱۴ خواهید آموخت که چگونه باید صحنه‌ها را تریاژ کنید (صحنه چه زمانی باید حذف، به حال خود رها، یا در صورت نیاز اصلاح شود). در فصل ۱۵ به شما یاد می‌دهیم که چطور باید داستان را پاراگراف به پاراگراف تحلیل کنید تا خواننده را درست زیر حلد شخصیت‌ها ببرید.

چه چیزی یک داستان فوق‌العاده می‌سازد

در این فصل

- ◀ برآورده کردن نیازهای خود و خواننده‌تان
- ◀ نوشتن درباره‌ی تغییر
- ◀ درک پنج ستون داستان
- ◀ استفاده از هفت ابزار هسته‌ای داستان‌نویسی

خوانندگان با انتخاب رمان‌تان چیزی را به شدت از شما طلب می‌کنند: یک تجربه‌ی حسی قوی. خواننده می‌خواهد چیزی را حس کند، آن هم به‌شکلی بی‌نقص و عمیق. اگر نتوانید این حرکت احساسی را بیافرینید شکست خورده‌اید و هر چقدر هم که داستان‌تان هوشمندانه یا شخصیت‌هایتان جذاب باشند، فرقی نمی‌کند.

اما با فرض اینکه شما چیزی را که خواننده می‌خواهد به وی بدهید باز هم این آزادی را دارید که چیزی بیشتر در اختیار او بگذارید (و حتی بیشتر از آن). اینکه چه چیز دیگری را (اگر دلتان خواست) به خواننده تقدیم کنید تصمیم شماست.

هنر داستان‌نویسی پیرامون پنج کار اصلی شکل می‌گیرد که ما دوست داریم آن‌ها را پنج ستون داستان بخوانیم. شما باید یک صحنه‌ی باورپذیر خلق کنید، آن را با شخصیت‌های جالب پر کنید، پی‌رنگی قوی بیافرینید، درون‌مایه‌ی بامعنایی بسط دهید و تمام این کارها را استادانه انجام دهید. اکثر نویسنده‌ها فقط یک یا دو مورد از این‌ها را ماهرانه بلدند اما شما باید در تمام آن‌ها به‌شکلی منطقی توانا شوید تا شانس این را پیدا کنید که رمان خود را به چاپ برسانید. همچنین شما هفت ابزار تاکتیکی هم دارید که می‌توانید از آن‌ها در نوشتار خود بهره ببرید: ماجرا، گفت‌وگو، تک‌گویی‌های درونی، احساسات درونی، توصیف، فلش‌بک و خلاصه‌ی روایی. وقتی شما از این عناصر به شکل کارآمد استفاده کنید تجربه‌ی حسی قوی‌ای را به خواننده‌تان منتقل می‌کنید.

انتخاب چیزهایی که می‌خواهید به خوانندگان بدهید

چرا می‌نویسید؟ ما در طول سالیان از نویسندگان بسیاری پرسیده‌ایم که چه چیزی آن‌ها را به سوی نوشتن داستان سوق می‌دهد. طبعاً شانصد هزار جواب مختلف هم شنیده‌ایم! در ادامه به شش مورد از این پاسخ‌ها اشاره می‌کنیم:

✓ برای اینکه نامم‌ر روی جلد کتاب ببینم

✓ تا نویسنده‌ی معروفی شوم

✓ تا کلی پول در بیاورم

✓ تا به مردم چیز یاد بدهم

✓ برای اینکه خواننده‌هایم را سرگرم کنم

✓ تا مردم را قانع کنم که دیدگاه‌هایم را در مورد سیاست و مذهب بپذیرند

این‌ها همه دلایل خوبی برای نوشتن رمان هستند. دلایل شما برای نوشتن به خودتان مربوط است. لازم نیست آن‌ها را برای کسی توجیه کنید. اما دانستن اینکه دلایل نوشتن شما چه چیزهایی هستند مهم است. در غیر این صورت چطور می‌توانید بفهمید که دارید موفق می‌شوید؟

همین حالا چند دقیقه صرف نوشتن دلایل خود برای داستان‌نویسی کنید. امیدوارید ز این کار چه چیزی عایدتان شود؟ می‌خواهید برای خوانندگان چه بکنید؟ روی همان ورق کاغذ دلایلی را که باعث می‌شوند کتاب بخوانید بنویسید. دور دلیلی که برایتان بیشترین اهمیت را دارد دایره بکشید. اگر شما هم مانند اکثر خواننده‌ها باشید، دلیل اصلی خواندن برایتان لذت بردن است، سرگرم شدن.



آفرینش یک تجربه‌ی حسی قوی: آنچه خواننده به شدت دنبالش است

سرگرمی یعنی چه؟ پس از سال‌ها نوشتن و تدریس آن، ما مطمئن شده‌ایم که سرگرمی را می‌توان به یک چیز تجزیه کرد: اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده. در ادامه این مفهوم را برایتان باز کرده‌ایم:

✓ چرا احساسات اهمیت دارند: احساس نقصه‌ی مشترک تمام داستان‌هاست. به هریک از ژانرهای مهم داستانی که بیندیشید خواهید دید که تک‌تک آن‌ها به‌نوعی دارای یک لریزه‌ی احساسی هستند:

- رمانس‌ها - مانند دیگر انواع رمان‌های رمانتیک - ترکیبی از عشق و شور حسی هستند.

• رمان‌های معمایی، پلیسی، ماجراجویی و ترسناک همگی ته‌مایه‌های گوناگون وحشت را منتقل می‌کنند.

• معما حس کنجکاوی را همراه با مقدار مناسبی از ترس به خواننده انتقال می‌دهد.

• رمان‌های تاریخی، تخیلی و علمی همگی خواننده را دچار حس "دگرمکانی" می‌کنند.

• داستان‌های عامه یا ادبی هم می‌توانند هریک از احساساتی را که پیش‌تر ذکر شد در کدر حس قوی درک‌شدن به خواننده القا کنند.

✓ چرا احساسات باید قوی باشد: پنج ثانیه به این سؤال فکر کنید. آیا تا به حال کسی را دیده‌اید که رمانی را به این امید خریده باشد که تجربه‌ی حسی خاصی در آن پیدا نکند؟ البته که نه! احساسات قوی داستان‌ها را لذت‌بخش و به یادماندنی می‌کنند. اکثر آدم‌ها می‌خواهند از خواندن رمان هیجان‌زده شوند. آن‌ها هیجان زیادی می‌خواهند؛ یک عالمه هیجان. اگر خواننده چیزی را بخواهد، شما دلیل کافی برای ارائه‌ی آن دارید.

✓ چرا تجربه این قدر حیاتی است: خواننده‌های شما نمی‌خواهند درباره‌ی احساسات قوی کس دیگری بخوانند. اصلاً این خیلی کسل‌کننده است. فرض کنید ساعت‌های زیادی از عمرتان را صرف تماشای یک آدم ناشناس کنید که گریه می‌کند، از ترس می‌لرزد، یا به کسی عشق می‌ورزد که شما حتی اسمش را هم نشنیده‌اید. خیلی لوس است.

خواننده‌ی شما می‌خواهد برای چند ساعت هم که شده کس دیگری باشد، زندگی دیگری داشته باشد، عشق واقعی را پیدا کند، با ترس‌های غیرقابل‌باور روبه‌رو شود، معماهای غیرممکن را حل کند و هجوم آدرنالین را در رگ‌هایش حس کند. اگر این حس‌ها را به خواننده ببخشید آن‌ها را تا ابد مرید خود می‌کنید. اما اگر هر چیز دیگری به خواننده بدهید او را برای همیشه از دست خواهید داد.

بقیه‌ی این کتاب فقط یک هدف دارد: اینکه به ساده‌ترین شکل ممکن به شما یاد بدهد که چگونه خواننده‌تان را به یک تجربه‌ی احساسی مهمان کنید. هیچ چیز مهم‌تر از این نیست.

آموزش خواننده‌ها

برخی از رمان‌ها به خواننده‌ها آموزش می‌دهند و به آن‌ها اجازه می‌دهند سایر فرهنگ‌ها را کشف کنند، کشف‌های علمی را زیر سؤال ببرند، داستان‌های پش پافتاده‌ی



خودشان را بسازند، یا اینکه درباره‌ی کار زمانه بیشتر بفهمند، اساتید انگلیسی قاعدتاً اضافه می‌کنند که داستان خوب خاصیت انسان بودن را می‌کاود، اما شما خودتان را برای توضیح معنای زندگی تحت فشار نگذارید. خیلی از خواننده‌ها فقط به کمی تمرین ذهنی نیاز دارند.

اگر نویسنده به‌خوبی تحقیق کرده باشد، تقریباً تمام رمان‌های تاریخی دارای مقداری ارزش آموزشی هستند. جیمز میچنر به‌خاطر نکته‌سنجی فراوان در رمان‌هایش معروف است که سبب می‌شود خوانندگان بدون مشقت، اطلاعات تاریخی زیادی یاد بگیرند. مجموعه‌ی قبیله‌ی خرس غارنشین اثری از جین آول پر از دانش زندگی در اروپای عصر یخبندان است. همچنین بسیاری از رمان‌های علمی تخیلی مطالب متنوعی را درباره‌ی علم و مهندسی می‌آمورند. اگر واقعاً دلتان می‌خواهد درباره‌ی مریخ چیز یاد بگیرید، یک راه آسان برای این کار خواندن مجموعه‌ی هوشمندانه‌ی مریخ سرخ، مریخ سبز و مریخ آبی از کیم استنلی رابینسن است.

خوانندگانی که معماهای نظامی و داستان‌های هیجانی تکنولوژیک را دوست دارند از آشنایی با جدیدترین فناوری‌ها و سخت‌افزارهای نظامی و ارتشی لذت می‌برند. آن‌هایی که رمان‌های آمیش می‌خوانند مسحور خرده‌فرهنگ آمیش هستند. طرفداران رمان‌های هیجانی حقوقی از یادگرفتن مسائل قانونی لذت می‌برند. هواداران فرایندهای پلیسی کشته‌ومرده‌ی طرز تفکر پلیس‌ها هستند. آموزش دادن به خوانندگان، در صورتی که بدانید دارید رمانی می‌نویسید که خواننده با خواندن آن انتظار یادگیری چیزی را دارد، هیچ اشکالی ندارد.

حوصله‌ی خواننده را سر نبرید. اگر می‌خواهید اطلاعاتی را که برایتان جذاب است در داستان خود بنویسید، اطمینان حاصل کنید که این اطلاعات برای خواننده هم جالب است. این کار را می‌توانید به‌شکلی انجام دهید که به‌نظر برسد آن اطلاعات در روند داستان اهمیت حیاتی دارد. اگر شخصیت‌های شما بدون دانستن جزئیات نظریه‌ی کوارک زنده نمانند، آن وقت خواننده هم می‌خواهد تمام جزئیات کوانتومی را بداند. اما یادتان باشد که در حال نوشتن مقاله‌ی درسی نیستید.



به‌کارگیری هنر ظریف ترغیب

بسیاری از نویسندگان نمی‌خواهند فقط به خواننده چیز یاد بدهند؛ آن‌ها می‌خواهند خواننده را به چیزی ترغیب کنند (که اغلب یک عقیده‌ی اقتصادی، سیاسی، مذهبی یا اخلاقی است). بسیاری از رمان‌ها نوعی پیام قدرتمند را منتقل می‌کنند. برای مثال:

✓ رمان‌های آین رند، مانند سرچشمه و اطلس‌شانه بالانداخت، عقیده‌ی اورامبنی براینکه بهترین دستگاه اقتصادی نظام سرمایه‌داری بی‌نقص و قدرتمند است، عرضه می‌کند.

✓ اولین رمان‌های نظامی و هیجانی-تکنولوژیکی تام کلنسی حاکی از اعتقاد او مبنی بر انحراف دستگاه حاکم شوروی سابق و سقوط موعود آن در نتیجه‌ی نقایص بی‌شمارش بود.

✓ مجموعه‌ی بر جای مانده اثر جری جنکینز و تیم لاهایه مسیر جاده‌ای دقیق و هیجان‌انگیز از باورهای نویسنده‌ها درباره‌ی پیش‌بینی‌های مسیحیان از پایان دنیا را ارائه می‌دهد.

✓ رمان بعدی اثر مایکل کریتون به کنکاش مسئله‌ی اخلاقی دستکاری ژنتیک بدون نظارت، در بیوتکنولوژی امروزی می‌پردازد.

همه‌ی این نویسندگان خوانندگانی داشتند که کاملاً با عقاید آن‌ها همراه بودند. همه‌شان هم به‌خاطر تبیغ دوازشه‌ی عقایدشان مورد انتقاد قرار گرفتند. اما با تمام این‌ها، آن‌ها موفق شدند عده‌ای را به پذیرفتن باوری جدید ترغیب کنند.

یک رمان، اگر سرگرم‌کننده باشد، می‌تواند خواننده‌ها را ترغیب به پذیرش کند، ما بیشتر احتمال می‌رود که نویسندگان مخاطب خود را در بین کسانی بیابند که از قبل به موضوعی ایمان داشته‌اند و از طریق خواندن رمان جدید فقط باورهایشان تقویت شود. هیچ‌کس تا به حال رمانی نخریده تا بتواند با خواندن آن فرضیات اقتصادی خود را تغییر دهد، به حزب سیاسی تازه‌ای بپیوندد، یا تغییر مذهب بدهد هیچ‌کس!

با فراهم کردن نیاز خواننده به یک تجربه‌ی احساسی قوی، به او احترام بگذارید. شما هرگز نمی‌توانید خواننده را بدون سرگرم کردن وی به چیزی ترغیب کنید.



درباره‌ی اهداف داستان خود تصمیم بگیرید. در کنار سرگرم کردن خواننده‌ی خود، دیگر می‌خواهید به چه چیزی دست پیدا کنید؟ آیا مأموریت شما شامل آموزش و تربیت خوانندگان هم می‌شود؟ ترغیبشان چطور؟ یا مثلاً چیزی دیگر؟ آیا این اهداف سب می‌شوند تجربه‌ی احساسی خواننده دچار نقصان شود؟

سخت کردن زندگی برای شخصیت‌ها: درگیری به‌علاوه‌ی تغییر مساوی است با داستان

یک داستان از شخصیت‌های درگیر تشکیل می‌شود. شخصیت‌های شما به نوعی تغییر در زندگی‌شان نیاز دارند. تغییری که (در بیشتر رمان) نمی‌توانند به‌دست آورند. این تغییر ممکن است یکی از این‌ها باشد:

✓ تغییری در روابط شخصیت‌ها

✓ تغییری در درون یک شخصیت خاص

✓ تغییری در دنیای داستانی (محیط و صحنه)

مثلاً در ارباب حلقه‌ها، فرودوی هابیت کمر به سفری ماجراجویانه می‌بندد که از طریق آن قرار است حلقه‌ی قدرت را نابود کند. اگر او پیروز شود، زمین میانه به شدت تغییر می‌کند - تا ابد از دست ارباب تاریکی، یعنی سائوروں، رها می‌شود. اگر او شکست بخورد، زمین میانه باز هم به شدت تغییر می‌کند - تا ابد زیر یوغ پلید سائوروں می‌رود. خطر از دست دادن بسیار بالاست. تغییر در راه است، حالا در هر جهتی که باشد. اینکه همه چیز در جهت خوبی تغییر کند در دست فرودوست.

همیشه‌ی همیشه‌ی همیشه، شخصیت‌هایتان را به تغییرپذیری در زندگی‌شان وادار کنید. اشتیاق به تغییر، چیزی است که سبب می‌شود خواننده در داستان شما از نظر حسی سرمایه‌گذاری کند. خواننده‌ها خیلی دوست دارند زندگی خودشان را تغییر دهند و به همین دلیل برای کسانی که حاضرند برای ایجاد تغییر خطر کنند احترام زیادی قائل‌اند. اما نمی‌شود همه چیز را برای شخصیت‌ها آسان کرد. لحظه‌ای که آن‌ها تلاش کنند تغییر ایجاد کنند، درگیری آغاز می‌شود. درگیری برای شخصیت‌ها بد است اما برای داستان مفید است. هرچه شخصیت‌های شما درگیری بیشتری داشته باشند، سرمایه‌گذاری احساسی خواننده‌ها در داستان‌تان بیشتر خواهد بود. داستان شما روایتی است از نحوه‌ی رویارویی شخصیت‌هایتان با درگیری‌های ناشی از نیاز به تغییر.



اگر تا پایان داستان شخصیت‌های اصلی شما به تغییری که می‌خواهند، دست پیدا کنند، داستان شما پایان خوشی داشته است. اگر شخصیت‌ها تغییری را که می‌خواهند به دست نیاورند، داستان معمولاً پایانی غم‌انگیز خواهد داشت. (می‌گوییم معمولاً، چون در هر صورت ممکن است شخصیت‌های شما در پایان داستان به این نتیجه برسند که آن‌ها چیزی را که واقعاً فکر می‌کردند می‌خواهند، نمی‌خواسته‌اند. اما این هم نوعی تغییر است؛ تغییری در رویکرد دهی.)

چه چیزی سبب فوق‌العاده بودن یک داستان عالی می‌شود؟ سؤال پیچیده‌ای است. ما بخشی از عالی بودن، از عمق تغییری حاصل می‌شود که شخصیت شما به دنبال آن است. قدرت داستان فرودو از بالا بودن درصد خطر آن ناشی می‌شود. اگر او موفق شود، تمام نژادهای آزاد پیروز شده‌اند؛ اگر او شکست بخورد، تمام نژادهای آزاد باخته‌اند. هرچه درصد ریسک تغییر بیشتر باشد، داستان قوی‌تر خواهد بود.



پنج ستون داستان

داستان دارای پنج عنصر اصلی است که هر کدام از آن‌ها در خلق تجربه‌ای حسی برای خوانندگان‌تان به شما کمک می‌کند:

✓ دنیای داستانی (که به آن صحنه یا محیط هم می‌گویند)

✓ شخصیت‌ها

✓ پی‌رنگ (که ساختار را هم در برمی‌گیرد)

✓ درون مایه

✓ سبک و سیاق

ما در این کتاب از هر یک از ستون‌های داستان به‌عنوان یک عبارت تخصصی استفاده می‌کنیم. شما از تک‌تک این جنبه‌های داستان به اشکال مختلف برای تکان دادن خواننده بهره می‌جوید. در این قسمت، ما به‌طور جداگانه به هر یک از این ستون‌ها نگاهی می‌اندازیم تا معنایی را که در پس آن نهفته است دریابیم.

چیدن صحنه: دنیای داستانی شما

ما عبارت دنیای داستانی را به دیگر اصطلاحات رایج، مانند صحنه یا محیط، ترجیح می‌دهیم. این عبارات هم عبارات خوبی هستند، اما ما اصطلاحی می‌خواهیم که گستردگی صحنه‌ی وقوع رمان شما را به دوش کشد. دنیای داستانی شامل تمام موارد زیر و حتی بیشتر، می‌شود:

✓ کیهان یا دنیایی که داستان در آن رخ می‌دهد

✓ جغرافیای داستان، شامل مرزهای ملی

✓ نژاد افراد، دیگر موجودات هوشمند، گیاهان و حیوانات

✓ بستر تاریخی

✓ ساختارهای اجتماعی، مذهبی، اقتصادی و سیاسی

✓ غذاها، نوشیدنی‌ها و دروها

✓ زبان‌ها، روش‌های تفریح، نقش‌ها و قواعد جنسی

برخی از ژانرها طالب دنیا‌های داستانی بسیار پیچیده هستند؛ دیگر ژانرها همان دنیای خواننده را فرض وقوع داستان می‌پندارند. در هر حال نویسنده باید زیر و بم دنیای داستانی را خوب بلد باشد زیرا این دنیا تعیین می‌کند که امکان رخ دادن چه داستانی



وجود دارد. از این جهت، دنیای داستانی محدودیت‌هایی برای نوع تجربه‌های حسی قوی‌ای که می‌توانید به خواننده تقدیم کنید ایجاد می‌کند. یک دنیای داستانی عالی، به طرز فوق‌العاده‌ای امکان نوشتن یک داستان فوق‌العاده را برای شما افزایش می‌دهد.

در زیر به چند نمونه از دنیاهای داستانی اشاره می‌شود:

✓ *ارباب حلقه‌ها*، اثر جی. آر. آر. تالکین، زمین میانه را دنیای داستانی خویش قرار داده است. می‌توان ادعا کرد که زمین میانه بهترین آفریده‌ی تالکین است.

✓ *خدای رودخانه*، اثر ویلبر اسمیت، در مصر قرن ۱۸ پیش از دوران مسیحیت اتفاق می‌افتد. به نظر می‌رسد که اسمیت در تاریخ حقیقی دخل و تصرف زیادی کرده باشد، اما این موضوع مهم نیست. دنیای داستانی او کامل و خیره‌کننده است.

✓ برگزیده، اثری از چاییم پوتوک، در بروکلین دهه‌ی ۴۰ میلادی و در یک محله‌ی یهودی حسیدی اتفاق می‌افتد. دنیای داستانی پوتوک از نظر فضا و زمان به آمریکای امروزی نزدیک است اما به لحاظ فرهنگی با آن تفاوت فاحشی دارد.

✓ *مجموعه‌ی هری پاتر*، اثر جی. کی. رولینگ در انگلستان امروزی رخ می‌دهد اما یک تفاوت مهم در آن وجود دارد؛ برخی از آدم‌ها به صورت ژنتیک قدرت‌های جادویی دارند. این تفاوت سبب می‌شود رولینگ بتواند نبردی حماسی بین خیر و شر را به تصویر بکشد.

✓ *راز داوینچی*، اثر دن براون، در اروپای امروزی رخ می‌دهد و در آن به چندین جاذبه‌ی گردشگری، از جمله لوور و وست‌مینستر آبی اشاره شده است. براون یک جامعه‌ی پنهانی ساختگی را در این ستر به تصویر می‌کشد - فرقه‌ی صهیون - و ریشه‌های آن را در قرون گذشته‌ی تمدن غرب گره می‌زند و تعبیری نو از برخی از وقایع و شخصیت‌های تاریخی مشهور ارائه می‌دهد.

آفرینش شخصیت‌ها

شخصیت‌ها بازیگران صحنه‌ی داستان شما هستند. هر شخصیت با پیشینه‌ای طولانی و پر از جزئیات وارد داستان شما می‌شود (داستان پیشینه). در ضمن هر شخصیت به جهت خاصی گرایش دارد؛ وی دارای انگیزه‌های انتزاعی و هدف‌های مجسم است.

شما تا زمانی که شخصیت‌ها را نداشته باشید درگیری هم نخواهید داشت. مهم‌تر آنکه خواننده‌ی شما بدون وجود حداقل یک شخصیت نمی‌تواند تجربه‌ی حسی قوی‌ای داشته باشد. این تجربه‌ی حسی قوی رمانی حاصل می‌شود که شما روایت باورپذیری از شخصیت خود را به شکلی ارائه دهید که خواننده به آن شخصیت تبدیل شود. شخصیت‌های شما وجود دارند تا خواننده‌تان بتواند زیر جلد یکی از آن‌ها برود و در قالب او با دیگران نبرد کند.



به چند شخصیت نمونه و درگیری‌های آن‌ها توجه کنید:

✓ لیزی بنیت، در رمان *غرور و تعصب* اثر جین آستن، بدجوری دلش می‌خواهد مردی باشخصیت پیدا کند که بتواند عاشق‌اش شود. اما آیا این امر با وجود قاطعیت خانواده‌ی او در بروز رفتارهای مسخره امکان‌پذیر است؟

✓ جک رایان، شخصیت اول تعدادی از رمان‌های تام کلنسی، یک مأمور سازمان سیاست که سعی می‌کند در دنیایی دیون‌سالار، کارش را به‌خوبی انجام دهد. آیا جک می‌تواند در برابر مأموران و آدم‌کش‌های خارجی پیروز شود، یا اینکه توسط سازمان طرف خودش متوقف می‌شود؟

✓ اسکارلت اوهارا، در رمان *بر باد رفته* اثر مارگارت میچل، می‌خواهد در دنیای یأس‌آور قبیله‌گرایی جنوبی‌های آمریکا تا ابد زیباترین دختر برگزیده‌ی جشن باقی بماند. اما آیا اسکارلت می‌تواند حایگاه خود را در میان تغییرات وحشتناک جهان اطرافش، که زبان از بیان آن‌ها قاصر است، پیدا کند؟

✓ اندر ویگین، پسر جوانی است در رمان *بازی‌باز* اثر اورسن اسکات کارد. اندر امیدوار است به‌عنوان فرماندهی نظامی‌ای که بشریت را از "مزاحم‌های" فضایی نجات می‌دهد انتخاب شود. اما آیا او می‌تواند از حسادت و نفرت دانشجویانش در مدرسه‌ی مبارزه، جان به در ببرد؟

ساخت پی‌رنگ

پی‌رنگ مجموعه‌ای از اعمال است که شخصیت‌های شما با انجام آن‌ها داستان را به پیش می‌برند. شما باید این اعمال را با دقت انتخاب کنید. در زندگی واقعی به‌نظر می‌رسد که مسائل همین طوری اتفاق می‌افتند. در رمان شما، هیچ چیز "همین طوری" اتفاق نمی‌افتد؛ همه‌ی چیزهایی که در داستان خود نشان می‌دهید باید حداقل برای یکی از شخصیت‌هایتان مفهوم خاصی داشته باشند. این معنای خاص، همان چیزی است که خواننده را درگیر یک تجربه‌ی حسی قوی می‌کند. بنابراین پی‌رنگ شما باید تمام رویدادهایی را که معنی ندارند نادیده بگیرد.

پی‌رنگ چندین لایه دارد که در فصل‌های ۸ تا ۱۰ با دقت به آن‌ها می‌پردازیم. هر لایه از پی‌رنگ برای برانگیختن احساسات و عواطف خواننده طراحی شده است. در اینجا ما مثال‌هایی را از چهار لایه‌ی پی‌رنگ و احساساتی که برمی‌انگیزد برای شما ذکر می‌کنیم:

✓ اولین لایه‌ی پی‌رنگ چکیده‌ای تک‌جمله‌ای از داستان است. در *شکار اکبر* سرخ، نوشته‌ی تام کلنسی، یک ناخدای زیردریایی اهل شوروی تلاش می‌کند

به صورت مخفی وارد ایالات متحده شود و در این مسیر از کم‌صداترین زیردریایی موجود استفاده می‌کند. این چکیده‌ی تک‌جمله‌ای به گونه‌ای طراحی شده است که احساسات قوی میهن‌پرستی را در آمریکایی‌ها برانگیزد.

✓ لایه‌ی بعدی پی‌رنگ، ساختار سه‌پرده‌ای معروف است که در حالت عادی شامل یک مصیبت در پایان پرده‌ی اول می‌شود که قهرمان داستان را مجبور می‌کند در ادامه‌ی داستان درگیر شود و به آن تن دهد. در رمان خارجی اثر دایانا گابالدون، یک پرستار تازه عروس به شکل تصادفی در زمان سفر می‌کند و از سال ۱۹۴۵ به اسکاتلند سال ۱۷۴۳ می‌رود. این پرستار مجبور به ازدواج با یک خلافکار اسکاتلندی جذاب و بسیار خوش پوش می‌شود و به این ترتیب هدف او برای بازگشت به آینده با مانع بزرگی مواجه می‌شود. این فاجعه سبب می‌شود قهرمان داستان تن به رابطه‌ای طوفانی بدهد و به تبع آن خواننده با روابط قهرمان داستان با دو همسر بسیار متفاوت‌اش، درگیر می‌شود.

✓ یکی از لایه‌های میانی پی‌رنگ صحنه‌ی رخداد است؛ چندین صحنه کشمکش و اتفاق که در یک مکان و یک زمان رخ می‌دهند. در یک صحنه‌ی رخداد در ستون‌های زمین، اثر کن فولت، راهزنان از یک سنگ‌تراش انگلیسی قرن دوازدهمی گوشتی را که بنا بود غذای زمستانه‌ی وی و خانواده‌اش باشد می‌دزدند. پایان فاجعه‌آمیز این رخداد قرار است احساس استیصال ناشی از رویارویی با قحطی را در خواننده برانگیزد.

✓ لایه‌ی زیرین پی‌رنگ، بند است. در یک سکانس دعوا در رمان دارا و ندار اثر ابروین شاه، سربازی در نزاعی خیابانی پسری شانزده ساله را با مشت می‌زند. پسر وانمود می‌کند که این مشت بی‌اثر، باعث درد زیادی شده است و سپس با ترکیب بیچاره‌کننده‌ای از مشت و لگد پاسخ سرباز را می‌دهد. این عمل تبعی چند بند از داستان را به خود اختصاص می‌دهد و هدف از آن ایجاد علاقه به یک بچه‌ی لات عشق دعوا، در خواننده‌هاست.

شما باید پی‌رنگ خود را در تمام شش لایه‌ی آن پی‌رورانید، به گونه‌ای که هر لایه، تجربه‌ی احساسی‌ای را که می‌خواهید به خواننده بدهید منتقل کند. اکثر پاراگراف‌ها باید بکوشند نوعی تکان احساسی را منتقل کنند. تمام صحنه‌های رخداد باید حتماً نوعی محتوای احساسی را به دوش بکشند؛ البته اگر شدت این امر در تمام صحنه‌ها یکی باشد، داستان روند ملال‌آوری خواهد داشت. صحنه‌های رخداد باید در هماهنگی کامل، در نقاط اوج داستان، تجربه‌های حسی قوی‌ای را انتقال دهند. وقتی هم که کتاب تمام شود، خواننده باید همچنان واکنشی احساسی به کلیت کار داشته باشد.



آفرینش درون‌مایه

هر رمان معنایی فراتر از داستانی که تعریف می‌کند دارد. ما به این معنا درون‌مایه می‌گوییم. لازم نیست درون‌مایه (به لحاظ روشن‌فکری) خیلی عمیق و پیچیده باشد. عمق و پیچیدگی را نمی‌شود به‌رور ایجاد کرد، پس ایجاد آن را به هدف و مسئولیت خود در زندگی تبدیل نکنید. درون‌مایه‌ی شما می‌تواند به‌سادگی مفاهیمی مانند "هر کسی به عشق نیاز دارد" یا "زندگی خیلی مزخرف است" یا "بار کج به منزل نمی‌رسد" باشد.

باری که بر دوش شماست این است که داستان بگویید و این دقیقاً یعنی همان انتقال تجربه‌ی حسی به خواننده. شما می‌توانید و باید تلاش کنید که درون‌مایه‌تان به لحاظ احساسی ژرف باشد. اگر هم درون‌مایه‌تان از نظر فکری عمیق باشد، چه بهتر.



رمان‌های فوق‌العاده، معمولاً درون‌مایه‌های عمیق احساسی را واکاوی می‌کند. به دو مثال زیر دقت کنید:

✓ در داستان دو شهر، چارلز دیکنز درون‌مایه‌ای قوی از رستگاری از طریق از خود گذشتگی می‌سازد. سیدنی کارتون، یک وکیل دون‌پایه عاشق زنی است که با مرد دیگری ازدواج کرده است. کارتون با پیدا کردن راهی برای نجات جان شوهر آن زن، زندگی خود را که همیشه حول خودخواهی‌هایش می‌چرخید جبران می‌کند و این موضوع برای خودش گران تمام می‌شود. خواننده با این تجربه‌ی حسی قوی که ترکیبی از ترس، عشق، خشم و لذت است بر جای می‌ماند.

✓ رمان چاییم پوتوک، نام من آشیر لئو است، درون‌مایه‌ی تاریک آنچه هنر را متعالی می‌سازد بررسی می‌کند. آشیر لو یک یهودی ارتودکس است در جماعتی که نقاشی بی‌پرده را محکوم می‌کند. شاهکاری که آشیر می‌آفریند وی را از خانواده و جامعه‌اش جدا می‌کند و حس قوی اندوه تلخ آمیخته با شور و شغف را می‌بخشد.

بسیاری از نویسندگان رمان‌هایشان را با انتخاب درون‌مایه‌ای که می‌خواهند به تصویر بکشند، شروع می‌کنند. اغلب هم آن‌ها معتقدند که این یعنی آن‌ها نیازی به کار روی ساحت یک داستان خیلی خوب، شخصیت‌های سه‌بعدی و پی‌رنگی قانع‌کننده ندارند. این به‌جای داستان به خلق خطابه‌ای فریب‌کارانه می‌انجامد. حواس‌تان جمع باشد! خطابه‌ها به‌ندرت خواننده را مهمان یک تجربه‌ی حسی قوی می‌کنند و بیشتر اشتیاق فزاینده‌ای به چرت زدن را در وی ایجاد می‌کنند. اگر داستان خود را طوری بسازید که برای درون‌مایه‌تان مناسب باشد، مصنوعی به‌نظر خواهد رسید. اول یک داستان خیلی خوب بنویسید و به هنرمند درون‌تان در یافتن درون‌مایه‌ی عمیق نهفته در آن (داستان) اعتماد کنید. اگر لازم شد، می‌توانید در مرحله‌ی ویرایش، درون‌مایه‌تان را تقویت کنید.



به نمایش گذاشتن سبک

شما به عنوان یک رمان‌نویس راه منحصر به فردی برای ابراز خودتان پیدا می‌کنید که ترکیبی است از شخصیت، صدا، لحن، ذهنیت، شوخ‌طبعی و خیلی چیزهای دیگر. ما به این ترکیب سبک می‌گوییم. سبک شما ممکن است ساده یا پیچیده، یکنواخت یا سرشار از جزئیات، عاطفی یا اندیشمندانه باشد.

شما در طول زمان سبک شخصی خودتان را پیدا خواهید کرد. سبک ابزار دیگری است که به کمک آن می‌توانید یک تجربه‌ی حسی قوی را به خواننده بدهید، آن هم به گونه‌ای که هسته‌ی وجودی‌تان در آن منتقل شود.

سعی نکنید سبک نویسندگان دیگر را تقلید کنید. البته حتماً کار نویسندگان دیگر را بررسی کنید. ببینید در کارهای آستن، تواین، همینگوی، فاکنر و هزاران نویسنده‌ی دیگر چه چیزی را دوست دارید. اما آخرش خواهید فهمید که شما نمی‌توانید جای هیچ کدام از آن‌ها باشید. شما باید خودتان باشید. اگر شما خودتان نباشید، پس چه کسی قرار است خودتان باشد؟!



سبک، یک مسئله‌ی پیشرفته است. توسعه‌ی سبک شخصی، سال‌ها زمان می‌برد و احتمالاً تا مدت‌ها بعد از چاپ اثرتان هم در پیدا کردن سبک خود لنگ خواهید زد. از آنجا که این کتاب به اصول و مبانی داستان‌نویسی می‌پردازد، ما مسئله‌ی سبک را به صورت جزئی مورد مطالعه قرار نمی‌دهیم.

با مطالعه‌ی دنیای داستانی، شخصیت‌ها، پی‌رنگ و درون‌مایه برای نوشتار خود شالوده‌ای قوی بنا کنید. سپس بنویسید و بنویسید و بنویسید. در پایان سبک خودتان را خواهید یافت. وقتی به اندازه‌ی کافی در فن داستان‌نویسی پیشرفت کردید، ممکن است لازم بدانید که از کمی آموزش در زمینه‌ی سبک بهره ببرید.



هفت راه برای تحویل بسته‌ها

شما به عنوان یک رمان‌نویس، هفت ابزار تاکتیکی کلیدی را برای اعطای یک تجربه‌ی حسی به خواننده در اختیار دارید. این‌ها همه در لایه‌ی زیرین پی‌رنگ وارد کار می‌شوند (یعنی آنجا که داستان بنده‌بند فاش می‌شود). شما از برخی از این ابزار بیش از سایرین استفاده خواهید کرد. خیلی چیزها به سلیقه‌ی شخصی شما و نوع رمانی که می‌نویسد بستگی دارد. ابزاری که از آن‌ها سخن رفت در زیر ذکر شده‌اند:

✓ کنش

✓ گفت و گو

✓ تک‌گویی درونی (اندیشه‌ها)

✓ عواطف درونی

✓ توصیف

✓ فلش‌بک

✓ چکیده‌ی روایی



هر کدام از این‌ها را چه زمانی باید به کار برد؟ چطور باید آن‌ها را با هم ترکیب کرد؟ معیار تصمیم‌گیری شما باید همیشه یکسان باشد: باید از همان ترکیبی استفاده کنید که خواننده‌تان را با بزرگ‌ترین، شدیدترین و برجسته‌ترین تجربه‌ی احساسی ممکن مواجه می‌کند.

این قسمت به شما نشان می‌دهد که این ابزارها برای چه هستند. برای اطلاعات بیشتر در مورد آن‌ها، به بخش ۲ بروید - که نوشتار در آن پوشش داده شده است - و نیز بخش ۳ - که به مقوله‌ی ویرایش می‌پردازد.

هم‌اینگ و همین‌جا: عمل / کنش داستانی

کنش داستانی چیزی است که همین حالا دارد اتفاق می‌افتد. کنش داستانی می‌تواند یک بوسه باشد، یا خورده شدن جناب و کیل توسط تی‌رکس دایاسور، پیدا شدن اثر انگشت قاتل توسط جرم‌شناس، به زمین افتادن دونده‌ی ماراتن درست کنار خط پایان و یا چکاندن ماشه توسط تک‌تیرانداز.



کنش یک بخش کلیدی داستان شماست. اما یک کار را باید درست انجام دهید: شما باید همیشه عملی را نشان دهید که همین حالا در حال رخ دادن است. چیزی که دو سال پیش یا دو ثانیه پیش اتفاق افتاده دیگر کنش نیست. چیزی که ممکن است در آینده رخ دهد هم کنش نیست. چیزی که در طول دقایق، ماه‌ها یا هزاره‌ها کش می‌آید هم کنش نیست. کنش لحظه به لحظه رخ می‌دهد. (البته شما ممکن است داستان خود را فعل‌های زمان گذشته روایت کنید؛ اکثر رمان‌ها در زمان گذشته روایت می‌شوند. اما در این صورت هم این داستان‌ها کنش را لحظه به لحظه نقل می‌کنند).

به این دو مثال نگاه کنید. اولی نشان‌دهنده‌ی کنشی است که در یک سکانس رخ می‌دهد. دومی چکیده‌ای روایی را بدون وجود کنشی در آن و بدون جزئیات بصری، نقل می‌کند.

✓ نمونه‌ی کنش: جرج به زمین افتاد، به‌سمت چپ غلتید، اسلحه‌ی گلاکاش را به‌سمت آدمکش شانه رفت، و ماشه را چکاند. آدمکش استخدام شده فریادی

کشید و به زمین افتاد.

✓ نمونه‌ای که کنش نیست: جرج پیش از اینکه موفق شود آدمکش را با تیر بزند برای چند دقیقه از دست او گریخت.

کنش امری حسی است. شما می‌توانید آن را بشنوید، ببویید، بچشید یا لمس کنید. شما می‌توانید از کنش عکس بگیرید یا آن را ضبط کنید.



ویراستاران همیشه به نویسندگان می‌گویند "نشان بده اما گزارش نکن". اگر صحبت از یک سکانس از اعمال باشد، معنی این گفته این است که اعمال چیزی را که در گذشته رخ داده، قرار است در آینده رخ دهد، یا در طول زمان کنش آمده است، یا چیزی را که نمی‌شود دید، شنید، بویید، چشید یا لمس کرد خلاصه می‌کنند.

اما نشان دادن تک‌تک وقایع می‌تواند روند داستان را کند جلوه دهد. کمی جلوتر از این قسمت، قسمت "فراهم آوردن چکیده‌ی روایی" را بخوانید تا اطلاعاتی در مورد زمانی که نویسنده شاید نیازی به نمایش جزء به جزء وقایع نداشته باشد به‌دست آورید.

بخشیدن صدا به شخصیت‌هایتان: گفت و گو

گفت و گو، نوع خاصی از کنش داستانی است که در آن کسی مشغول صحبت است. گفت و گو هم مانند هر کنش دیگری باید در لحظه رخ دهد. خواننده می‌خواهد آن را درست همان‌طور که اتفاق می‌افتد - بدون خلاصه یا قضاوت شدن توسط نویسنده - بشنود.

گفت و گو، واژه‌های گوینده را دقیقاً به خواننده منتقل می‌کند. وقتی ویراستار از "گزارشی" بودن داستان شما می‌نالد، معمولاً منظورش این است که شما به جای نقل قول عینی گفت و گوها، دارید آن‌ها را به‌طور خلاصه روایت می‌کنید. البته گاهی شما خودتان قصد دارید صحبت‌ها را خلاصه کنید، مثل زمانی که می‌خواهید اطلاعاتی را به سرعت منتقل کنید. اما وقتی چنین کاری می‌کنید، دیگر گفت و گوها را نمی‌نویسید بلکه خلاصه‌ای روایی از آن‌ها می‌نویسید (که این مورد در ادامه‌ی این فصل مورد بحث قرار خواهد گرفت).

گفت و گو به دلیل پیوند مستقیمی که با صدا دارد در ایجاد یک تجربه‌ی حسی قوی در خواننده بسیار مؤثر است. صدای انسانی امری است پایه‌ای. خواننده می‌تواند صدای هر شخصیت را بشنود و قدرت آن را حس کند.



نمایاندن افکار: گفت و گوی درونی

شما به عنوان یک رمان‌نویس، برتری بزرگی به فیلمنامه‌نویس‌ها دارید: شما قادرید افکار

شخصیت‌هایتان را دقیقاً به خواننده نشان دهید. فیلمنامه‌نویس مجبور است با نشان دادن یک نمای بسته از چهره‌ی بازیگر یا با استفاده از صدای راوی (که بیننده‌ها اغلب آن را بی‌مزه و لوس می‌پندارند) بیننده را وادار به حدس زدن کند.

گفت‌وگوی درونی به خواننده نشان می‌دهد که در سر شخصیت داستان چه می‌گذرد. شما می‌توانید بین چند سطح گفت‌وگوی درونی یکی را انتخاب کنید:

✓ افکار را دقیقاً نقل کنید.

✓ آن‌ها را خلاصه کنید.

✓ درون‌مایه‌ی کلی افکار را ارائه دهید.

شما هستید که تصمیم می‌گیرید کدام شکل گفت‌وگوی درونی را به کار ببرید؛ همه‌شان مناسب هستند.

گفت‌وگوی درونی، خواننده را مستقیماً وارد مغز شخصیت می‌کند. دیگر از این نزدیک‌تر ممکن نیست؛ و اگر شما می‌خواهید یک تجربه‌ی حسی عمیق را به خواننده هدیه کنید، نزدیک شدن به شخصیت‌ها یکی از ارکان کار است.



حس کردن با شخصیت‌هایتان: احساس درونی

احساس درونی، خواننده را مستقیماً به عواطف شخصیت وصل می‌کند. این دومین برتری اساسی‌ای است که زمان‌نویس نسبت به فیلمنامه‌نویس دارد. از این امتیاز، هوشمندانه بهره ببرید. شما دو سطح احساس درونی در اختیار دارید که می‌توانید بین آن‌ها انتخاب کنید:

✓ نشان دادن دقیق واکنش‌های فیزیولوژیکی‌ای که شخصیت حس می‌کند به خواننده: این ترفندی قوی است، اما استفاده‌ی اندک از آن تأثیر زیادی دارد، پس آن را بیش از حد به کار نبرید.

✓ اعلام احساسات شخصیت به خواننده: این ترفند ساده‌تری است و به همین دلیل می‌توانید از آن - بدون خسته کردن خواننده - اغلب اوقات استفاده کنید. البته در اکثر مواقع نام بردن از یک احساس آن را خراب می‌کند.

دیدن آنچه شخصیت‌تان می‌بیند: توصیف

توصیف یعنی خواننده را به حواس شخصیت وصل کردن. شخصیت چیزی را می‌بیند، می‌بوید، می‌شنود، می‌چشد یا لمس می‌کند و خواننده هم با وی همراه است. (حواس‌تان باشد که شما قادرید توصیف را، درست مثل گفت‌وگو یا کش داستانی، خلاصه کنید.

وقتی این کار را انجام دهید، در حال استفاده از چکیده‌ی روایی هستید که توضیح این قسمت از کتاب ربطی به آن ندارد.) در ادامه مثالی ذکر شده که اندکی کنش داستانی را با چند جمله‌ی توصیفی ترکیب می‌کند:

جک دوربین‌اش را روی درختان حاشیه‌ی جنگل متمرکز می‌کند. یک شب راه‌راه نارنجی و سیاه در دامنه‌ی دید شناور می‌شود؛ ۴۰۰ پوند عضله و خشم. چشمان زرد رنگ ببر با آخرین پرتوهای نور خورشید سوسو می‌زنند ببر دهان‌اش را باز می‌کند و می‌غرد و صدای غرش‌اش یک ثانیه بعد مانند پتکی به جک اصابت می‌کند.

در این بریده‌ی داستان، خواننده در قالب جک می‌رود، کاری را می‌کند که جک کرده، چیزی را می‌بیند که جک دیده و بعد صدایی را می‌شنود که او شنیده. منظور ما از توصیف این است. بسیاری از نویسنده‌ها از توصیف، استفاده‌ی بیش از حدی می‌کنند یا در قالب چکیده‌ی روایی به آن آب می‌نندند؛ اما به هر حال اگر توصیف مستقیماً برای قرار دادن خواننده در جایگاه شخصیت به کار رود، ابزاری قوی خواهد بود.

توصیف به خواننده اجازه می‌دهد در آنچه شخصیت‌تان می‌بیند، می‌شنود، می‌بوید، می‌چشد و لمس می‌کند با وی سهیم شود. این نوع توصیف را با توصیفی که از شخصیت مجزاست اشتباه نگیرید چرا که آن نوع توصیف جزئی از چکیده‌ی روایی است.



سفری در گذشته: فلش‌بک

فلش‌بک، گذاری تقریباً آنی به زمان گذشته است که چیری را که در پیشینه‌ی شخصیت رخ داده است به خواننده نشان می‌دهد.

از نظر فنی فلش‌بک متفاوت با کنش داستانی، گفت و گو، تک‌گویی درونی، احساس درونی و توصیف است، زیرا فلش‌بک تمام موارد ذکر شده را شامل می‌شود. بنابراین ما در اینجا با طبقه‌بندی فلش‌بک در کنار موارد ذکر شده در سطر قبلی در واقع داریم تقلب می‌کنیم. اما جایگاه دیگری هم برایش وجود ندارد و به همین دلیل ما تصمیم گرفتیم آن را در اینجا ذکر کنیم و نگران عیب شیوه‌ی طبقه‌بندی‌مان نباشیم.

فلش‌بک دو بخش عجیب و غریب دارد. در آغاز فلش‌بک شما بید به خواننده سرنخی بدهید که او را متوجه تغییر چهارچوب زمانی بکند. در پایان فاش‌بک هم باید دوباره سرنخی به خواننده بدهید که وی را متوجه بازگشت‌تان به همان نقطه‌ی داستان – که فلش‌بک از آن آغاز شده بود – بکند. بین این دو بخش عجیب و غریب هم شما باید خیلی عادی حرکت کنید، درست مثل اینکه گذشته، همان زمان حال باشد.

فلش‌بک ظرفی است برای کنش داستانی، گفت و گو، تک‌گویی درونی، احساسات



درونی و توصیف آنچه در زمانی پیش‌تر در داستان رخ داده است.

فراهم آوردن چکیده‌ی روایی

چکیده‌ی روایی دقیقاً همان چیزی است که به نظر می‌رسد: چکیده‌ای از چیزهایی که در زمانی غیر از زمان حال، رخ داده‌اند. ممکن است این‌ها در گذشته رخ داده باشند؛ ممکن است برای آینده برنامه‌ریزی شده باشند؛ ممکن است یک جوهرایی در حال حاضر در حال رخ دادن باشند؛ اما شکلی پخش و پلا داشته باشند. چکیده‌ی روایی ممکن است توصیف صحنه‌ای بی‌جان از چیزی باشد که همین حالا وجود دارد اما به هیچ شکلی در حال تغییر نیست.

چکیده‌ی روایی بی‌واسطه و شفاف نیست اما کارایی زیادی دارد. شما با استفاده از این عنصر می‌تواند مطالب زیادی را در زمانی کوتاه پوشش دهید.

مشکل چکیده‌ی روایی تحریری نبودن آن است. شخصیت شما نمی‌تواند آن را ببیند، بشنود، بپوید، بجشد و لمس کند. تنها کاری که شخصیت‌تان می‌تواند در این رابطه انجام دهد به‌خاطر آوردن، برنامه‌ریزی کردن، خلاصه کردن یا توصیف کردن است و این‌ها به اندازه‌ی تجربه کردن مفید نیستند.

در زمان و موقعیت مناسب، چکیده‌ی داستانی می‌تواند به‌طرزی استثنائی مؤثر باشد. ما تازه‌کارها اغلب از این ابزار استفاده‌ی بیش از حد می‌کنند. خوب است معیار تقریبی‌تان این باشد که از چکیده‌ی داستانی برای بخش‌هایی از داستان خود استفاده کنید که جنبه‌ی حسی کمتری دارد و برای بخش‌های حسی‌تر از کنش، گفت‌وگو، تک‌گویی درونی، عواطف درونی و توصیف استفاده کنید.



اجازه ندهید کسی به شما بگوید که همیشه می‌بایست "نشان دهید، اما گزارش نکنید". نشان دادن تمام جزئیات زندگی یک شخصیت با استفاده از کنش داستانی، گفت‌وگو، تک‌گویی درونی، عواطف درونی، توصیف و فلش‌بک کار خسته‌کننده‌ای است. از چکیده‌ی روایی به‌عنوان چسبی استفاده کنید که این عناصر را کنار هم نگه می‌دارد. شما به چسب زیادی نیاز ندارید اما بدون آن هم نمی‌توانید کارتان را ادامه دهید.



پیدا کردن مخاطب و ژانر خودتان

در این فصل

- ◀ نگاهی به انواع کتاب‌هایی که دوست دارید بخوانید
- ◀ شناسایی ویژگی‌های خوانندگان مورد نظرتان
- ◀ انتخاب ژانر و مخاطب کتابتان
- ◀ پژوهش درباره‌ی ژانر انتخابی‌تان

هیچ رمان واحدی وجود ندارد که به درد همه بخورد. رمان شما باید با هدف خواننده‌شدن توسط گروه خاصی از خواننده‌ها (مخاطب شما) نگاشته شده باشد و بر همین اساس هم در کتاب‌فروشی و در کنار کتاب‌های مشابه (ژانر شما) قرار گرفته باشد.

شما باید مخاطب و ژانر خود را، پیش از فروش کتاب، شناسایی کنید. نماینده‌ها و ناشران نمی‌خواهند مخاطب مورد نظر شما را پیدا کنند؛ آن‌ها انتظار دارند که شما این مورد را به آن‌ها اطلاع دهید. اگر پاسخ مناسبی ندارید و نمی‌دانید مخاطبتان کیست، کارتان ممکن است، صرف نظر از خوب بودن، رد شود.

رمان‌نویس‌های خبره، مخاطب و ژانر خود را می‌شناسند. اگر شما هم می‌خواهید حرفه‌ای باشید، باید هر دوی این موارد را به قدر کافی تعریف کنید تا به ناشر کارتان مکان تهیه‌ی یک برنامه‌ی بازاریابی خوب را بدهید. ما اکیداً توصیه می‌کنیم که حتی پیش از آغاز به نوشتن رمان خود، به مخاطب و ژانر آن بیندیشید. به این ترتیب ماه‌ها و سال‌های متمادی را صرف نوشتن کتابی نمی‌کنید که بعداً مشخص می‌شود غیرقابل عرضه است.



در این فصل شما به کاوش چیزی می‌پردازید که دوست دارید بنویسید و بخوانید، مخاطب ایده‌آل خود را درک و ژانر مربوطه را انتخاب و بررسی می‌کنید.

شناسایی رمان ایده‌آل‌تان

شما می‌توانید کتابی بنویسید که خودتان خواندن‌اش را بیش از هر کتاب دیگری دوست دارید، یا کتبی بنویسید که برای نوشتن‌اش بیشترین آمادگی را دارید. این دو همیشه یکسان نیستند، اما بسیاری از نویسندگان و ویراستاران معتقدند که باید چنین باشد. ما لزوماً موافق نیستیم.

شمار زیادی از رمان‌نویسان بازاری دوست دارند داستان ادبی بخوانند اما از توانایی یا سبک غنایی لازم که نویسندگان ادبی طالب آن است، برخوردار نیستند. به‌طور مثال، دنیا پر است از نویسندگان رمان‌های عاشقانه که در خدا از رمان‌های علمی تخیلی لذت می‌برند، یا نویسندگان رمان‌های رمزآلود که دیوانه‌ی رمان‌های تاریخی‌اند. به این ترتیب هیچ قانونی نمی‌گوید که شما باید دقیقاً همان رمانی را بنویسید که دوست دارید بخوانید. تنها چیزی که ضروری است این است که شما برای توانا شدن در نوشتن نوع خاصی از رمان، باید رمان‌های زیادی از همان نوع را بخوانید.

کتابی بنویسید که برای نوشتن آن بیشترین آمادگی را دارید. خواندن و نوشتن به هم مربوطند اما یک چیز واحد نیستند. پس اگر سلیقه‌ی خواندن و نوشتن‌تان یک جورهایی با هم فرق دارند احساس گناه نکنید.



از سوی دیگر، اگر تصمیم بگیرید رمانی بنویسید که خواندن‌اش را هم دوست دارید، آنگاه سه گام جلو می‌افتید زیرا از قبل با قواعد - بایدها و نبایدها - آشنایی دارید و خوب می‌دانید چه چیزهایی خوانندگان را به وجد می‌آورد و چه چیزهایی توی ذوق آنها می‌زند.

اگر ندانید برای نوشتن چه نوع رمانی مناسب هستید چه؟ این قسمت شامل تمرین‌هایی است که می‌تواند در تصمیم‌گیری در این رابطه به شما کمک کند.

نگاهی به آنچه عاشق خواندنش هستید

اگرچه دانستن نوع کتابی که دوست دارید بخوانید، پیش‌نیاز فرایند تعیین نوع کتابی که قرار است بنویسید نیست، اما این کار می‌تواند به شما در یافتن نقاط قوت‌تان کمک کند. می‌توانید عادت خواندن خود را به شکل زیر تحلیل کنید:



۱. سباه‌های از عادات خواندن‌تان تهیه کنید.

موارد زیر را فهرست کنید:

- ده رمانی که بیشتر از همه دوست‌شان دارید
- ده رمانی که به‌تازگی خوانده‌اید

• ده رمانی که عمیق‌ترین تأثیر را بر شما گذاشته‌اند

لازم نیست درباره‌ی فهرست‌ها خیلی به خودتان سخت بگیرید. اگر هر فهرست دقیقاً از ده رمان تشکیل نشود هم ایرادی ندارد. هدف از این کار این است که ببینید الگوهای خواندن‌تان چگونه‌اند.

۲. نقاط مشترک این کتاب‌ها را تحلیل کنید.

آیا ژانر آن‌ها مشابه است (مثلاً همه‌شان رمزآلود، عاشقانه، تخیلی، یا معمایی‌اند)؟ این کار سرنخی درباره‌ی ژانری که ممکن است برای شما مناسب باشد به دست‌تان می‌دهد.

آیا تمام آن‌ها محیطی مشابه دارند؟ آیا قهرمان‌هایشان شبیه به هم هستند؟ آیا پی‌رنگ و درون‌مایه‌شان به هم شبیه است؟ آیا سبک نوشتاری همه‌شان قوی است؟ پاسخ شما به این پرسش‌ها کمک می‌کند بفهمید نقاط قوت‌تان به‌عنوان یک نویسنده چه می‌تواند باشد: دنیای داستانی، شخصیت‌پردازی، پی‌رنگ، درون‌مایه یا سبک. (برای جزئیات بیشتر درباره‌ی این عناصر به فصل ۲ مراجعه کنید.)

۳. فهرستی از ده کتاب که به شدت از آن‌ها متنفرد تهیه کنید و درباره‌ی تفاوت‌های آن‌ها با رمان‌هایی که در مرحله‌ی اول تمرین نام بردید، فکر کنید.

آیا این فهرست حاوی ژانرهایی است که قطعاً علاقه‌ای به نوشتن در قالب آن‌ها ندارید؟ آیا پی‌رنگ خاصی هست که از آن خوش‌تان نیاید؟ یا درون‌مایه‌ای که هرگز نمی‌خواهید از آن سر در بیاورید؟ یا سبکی که نوشتن در قالب آن باعث می‌شود عرق شرم از پیشانی‌تان سرازیر شود؟ دانستن آنچه به نوشتن‌اش بی‌علاقه‌اید به محدود کردن انتخاب‌هایتان کمک می‌کند.

۴. این جمله را کامل کنید: «کتابی که من در تمام دنیا از خواندن‌اش بیشترین لذت را می‌برم ... است».

این ممکن است همان کتابی نباشد که دوست دارید بنویسید اما احتمالاً می‌خواهید برخی از عناصر موجود در کتاب‌های مورد علاقه‌تان (برای خواندن) را در کتاب خودتان به کار ببندید.

فکر کردن به چیزی که دوست دارید بنویسید

بعد از اینکه ایده‌ای کلی از کتابی که دوست دارید بنویسید پیدا کردید باید آن ایده را موبه‌مو برای خود پیاده کنید. شما باید این ایده را یک روزی برای نماینده و ویراستار هم توضیح دهید.

لازم نیست بابت چیزی که می‌خواهید بنویسید توضیح دهید و دلیل بیاورید. شما می‌خواهید کتابتان را بنویسید، چون دلتان می‌خواهد. این تنها دلیلی است که می‌توانید ارائه کنید. تنها کاری که باید قدرت انجام‌اش را داشته باشید توصیف چیزی است که می‌خواهید بنویسید.



یک ورق کاغذ بردارید و به سوالات زیر پاسخ دهید. فقط با فکر کردن به پاسخ‌هایتان سر و ته قضیه را هم نیاورید؛ حتماً بنویسیدشان. شما هنوز به جبهه‌ای نپیوسته‌اید؛ در حال حاضر فقط دارید روی کاغذ فکر می‌کنید تا افکارتان را در جایی ثبت کرده باشید.



✓ **بیشتر دوست دارید شبیه کدام نویسندگان بنویسید؟** شما قرار نیست سک نوشتار کسی را تقلید کنید؛ سک نوشتار شما منحصر به خودتان خواهد بود، اما به هر حال به نویسندگانی مورد علاقه‌تان شباهت بیشتری خواهد داشت تا سایرین. نام دو یا سه نویسنده را که سبک‌شان به سبکی که برای خودتان مجسم می‌کنید شبیه است، روی کاغذ بنویسید.

✓ **کدام ژانرها برایتان جالب‌ترند؟** در ادامه‌ی این فصل بیشتر درباره‌ی ژانرها صحبت می‌کنیم. فعلاً یک یا چند مورد از آن‌هایی را که دوست دارید در گروه‌های قرار بگیرید، ذکر کنید. ژانرهای معمول عبارت‌اند از عاشقانه، رمزآلود، معمایی، تاریخی، علمی-تخیلی، خیال‌انگیز، ترساک، وسترن، ادبی، الهام‌بخش، کودک، نوجوان و غیره. شما اجازه‌ی ترکیب ژانرها را دارید اما یکی از آن‌ها باید غالب باشد.

✓ **کدام عناصر داستانی بیشتر از سایرین برایتان جالب‌اند؟** آیا می‌خواهید داستانی بنویسید که دنیای پیچیده‌ای دارد؟ یا شخصیت‌های عمیق؟ یا پی‌رنگی تو در تو و پرسرعت، یا درون‌مایه‌ای قوی؟ یا سبکی گیرا و بی‌مانند؟ شما می‌توانید بیش از یکی از این موارد را انتخاب کنید اما یادتان باشد که هیچ نویسنده‌ی خبره‌ای در همه‌ی این عناصر توانمند نیست. یادتان باشد: چیزی را که می‌خواهید بنویسید انتخاب کنید، نه چیزی را که فکر می‌کنید باید بنویسید یا چیزی را که مردم انتظار دارند بنویسید.

✓ **دوست دارید داستان‌تان کی و کجا اتفاق بیفتد؟** یک مکان خاص و دوره‌ی زمانی مشخص را نام ببرید.

✓ **چه پیش‌زمینه یا تجربه‌هایی را می‌توانید با داستان‌تان بیامیزید؟** مثلاً اگر در افغانستان بزرگ شده‌اید، آن وقت زمانی که داستان‌اش در آنجا رخ می‌دهد بسیار ملموس خواهد بود. اما اگر اهل آلاباما هستید، نوشتن و به‌فروش رساندن رمان‌های جنوبی برایتان خیلی آسان‌تر است.

✓ **ترجیح می‌دهید داستانی که می‌نویسید چه حجمی داشته باشد؟** یک رمان کوتاه باید حدود ۶۰/۰۰۰ واژه باشد. یک کتاب با حجم متوسط بین ۸۰ تا

۹۰/۰۰۰ واژه دارد. یک کتاب طولانی هم چیزی بیش از ۱۲۰/۰۰۰ واژه دارد. احتمالاً شما حجم مشخصی را نمی‌توانید پر کنید اما احتمالاً به رمان کوتاه، حماسه‌های چند جلدی حجیم، یا رمان‌های متوسط گرایش دارید.

هیچ پاسخ غلطی برای سؤالات بالا وجود ندارد؛ اما بعضی از انواع کتاب راحت‌تر از سایرین فروش می‌روند. اگر می‌خواهید کتابی بنویسید که مخاطب خاصی ندارد، کسی جلوی‌تان را نگرفته است. اما حواس‌تان باشد که راضی کردن نماینده یا ناشر - و در نهایت خواننده - فرقی با عبور از هفت خان ندارد.

تعریف خواننده‌ی ایده‌آل‌تان

صحبت درباره‌ی شما بس است. حالا وقت آن است که به خواننده فکر کنیم (خواننده در معنای انتزاعی آن؛ شما بیش از یک خواننده دارید). شما قرار است ناشری پیدا کنید که تنها در صورتی که بتوانید قانعش کنید آن بیرون خواننده‌هایی هستند که کتاب‌تان را می‌خرند و می‌خوانند، وی به سرمایه‌گذاری روی کتاب شما تمایل پیدا می‌کند.

بسیاری از نویسنده‌ها فکر می‌کنند که برای چاپ آثارشان باید برای خیل عظیم و گسترده‌ای از مخاطبان جذابیت داشته باشند. البته در بهایت همین‌طور است و شما می‌خواهید چنین خوانندگانی داشته باشید. اما در آغاز حرفه‌تان می‌بایست هدف کوچک‌تری داشته باشید. بازاریابی اولیه‌ی کتاب شما باید روی یک عده تمرکز کند. یک طرح بازاریابی که عموم افراد را هدف قرار می‌دهد به‌طرز باور نکردنی‌ای گران خواهد بود و همچنین ممکن است پیام اصلی کار را به باد دهد.

جذابیت کلی کتاب شما به چگونگی نوشته شدن آن بستگی دارد نه به ابعاد مخاطبان آن. ببینید چه گروه کوچکی از مخاطبان را بهتر از هر نویسنده‌ی دیگری در جهان می‌توانید جذب نوشتار خود کنید. این خوانندگان اندک کسانی هستند که با روشن شدن شعله‌ی بازاریابی شما، زبانه خواهند کشید. اگر بتوانید پیدایشان کنید، آن‌ها هم در یافتن مخاطبان بیشتر یاری‌تان خواهند کرد.



این قسمت کمک‌تان می‌کند خواننده‌ی ایده‌آل خود را مجسم کنید. اگر خواننده‌ی ایده‌آل شما به خودتان شباهت زیادی دارد، همزمان با نوشتن رمان‌تان، طرز فکر او را به‌خوبی درک خواهید کرد. اگر خواننده‌ی ایده‌آل‌تان شباهتی به شما نداشته باشد هم عیبی ندارد؛ مادامی که شما مشق‌هایتان را بنویسید و درک کنید که خواننده‌ی مورد نظرتان چه طرز فکری دارد هیچ مشکلی پیش نخواهد آمد.

در نظر گرفتن جهان بینی و علائق

این سؤالات ممکن است حیاتی ترین سؤالاتی باشند که شما پاسخ می‌دهید: خواننده‌های ایده‌آل شما درباره‌ی جهان چه فکری می‌کنند؟ چه چیزی توجه آن‌ها را جلب می‌کند؟ آیا خوانندگان ایده‌آل شما در موارد زیر جای می‌گیرند؟



✓ مذهبی یا نه لزوماً مذهبی؟ اگر مذهبی‌اند، آیا مثلاً مسیحی، یهودی، مسلمان یا بودایی هستند؟ اگر مذهبی نیستند چه؟

✓ اهل سیاست یا نه لزوماً سیاسی؟ اگر اهل سیاست هستند به کدام حزب تعلق دارند؟ آیا محافظه‌کارند یا آزادی‌خواه؟ جنگ‌طلبند یا صلح‌جو؟

✓ تحصیل کرده‌اند یا تحصیل را اولویت محسوب نمی‌کند؟

✓ به مسابقات اتومبیل‌رانی علاقه دارند؟ یا به زیست‌شناسی مولکولی؟ بچه‌داری؟ مسائل وابسته به مهاجرت؟ فناوری زیر دریایی؟ خوش‌گذرانی و تفریح؟ فلسفه‌ی هِگلی؟ بازی‌های شرطی؟ دوشیدن شیر شتر؟

شما فرصت خیلی خوبی دارید تا خواننده‌ی ایده‌آل‌تان را طوری برای ناشرتان تعریف کنید که او را به وجد آورد. اگر بتوانید نشان دهید که توانسته‌اید هسته‌ی خوانندگانی را پیدا کنید که رمان‌تان را دوست خواهند داشت، آنگاه مخاطبی را پیدا کرده‌اید که می‌شود طرح بازاریابی را روی او متمرکز کرد. در ادامه به چند رمان با مخاطبان کاملاً تعریف شده اشاره می‌شود:

✓ راز داویدچی اثر دن براون برای خوانندگانی نوشته شد که نسبت به تاریخ رسمی اوایل دوران مسیحیت تردید داشتند. رمان، حرکات برق‌آسا را با مجموعه‌ای از معماهای فکری در هم آمیخت که قوه‌ی تخیل مخاطبان مورد نظرش را تسخیر کرد و تبلیغات شفاهی بی‌نظیری را برایش به ارمغان آورد.

✓ کلبه اثر ویلیام پی. یانگ برای مسیحیان محافظه‌کار نوشته شد که در پی پاسخ‌هایی برای این سؤال دینی پیچیده بودند که "چطور می‌شود خداوند نیک‌خو و قادر اجازه دهد شر وجود داشته باشد؟" این رمان به دل و اندیشه‌ی خوانندگان راه یافت و ارقام فروش‌اش سر به آسمان گذاشت.

توجه داشته باشید که این دو رمان مخاطبانی کاملاً جدا از هم را هدف قرار داده بودند. تیم بازاریابی هر کدام از آن‌ها برای برقراری ارتباط با هسته‌ی مخاطبان خاص خود طراحی شده بود، نه به منظور جلب توجه افرادی نامشخص. هر دوی این کمپین‌ها هم به دلیل متمرکز بودن‌شان موفقیتی پیش‌بینی نشده داشتند.

دو رمان بعدی‌ای که در زیر درباره‌شان خواهید خواند، دو قطب متفاوت از خوانندگان را هدف قرار داده بودند. موفقیت هردویشان هم به خاطر دقت در انتخاب گروه مخاطبان‌شان بود و نه چیز دیگری.

✓ رمان تام کلنسی به نام شکار اکتبر سرخ یک شبه‌ژانر خلق کرد که تکنوتریلر نظامی (Military Technothriller) نام گرفت. این رمان برای نظامیان و محافظه‌کاران سیاسی نوشته شده بود و جاذبه‌ی آن زمانی گسترش یافت که مردم فهمیدند "همه واشنگتن" در حال خواندن این رمان‌اند و افسران ارشد پنتاگون و حتی (بنا بر شایعات) خود رییس جمهور رونالد ریگان از خوانندگان آن هستند.

✓ در سرگذشت ندیمه اثر مارگارت آت‌وود، جهان پس از آخرالزمان هسته‌ای خلق شده که زن قهرمان داستان در آن مجبور است کانالی باشد برای حمل نوزاد زوجی که در اثر پرتوهای هسته‌ای نابارور شده‌اند. این رمان طرفداران حق انتخاب زنان را هدف قرار می‌دهد، اما پیام عمیق آن مخاطبان‌اش را از این گروه خاص فراتر می‌برد.

نگاهی به جنسیت

شرط می‌بندیم که از شنیدن این جمله تعجب نمی‌کنید: زنان و مردان به اشکال متفاوت فکر می‌کنند. آن‌ها انواع متفاوتی از کتاب‌ها را می‌خوانند و علایق متفاوتی هم دارند (هر چند افراد زیادی را می‌شناسیم که از این مرزهای جنسیتی مزاحم عبور می‌کنند). حالا خیلی سریع جواب بدهید: آیا اساساً برای زنان می‌نویسید یا برای مردان؟

اگر به یکی از این دو، "مردان" یا "زنان"، اشاره کردید، پس می‌شود گفت که مخاطبان مورد نظر شما دقیقاً در محدوده‌ی مرزهای جنسیتی جای می‌گیرند. این موضوع نه خوب است نه بد؛ همین طوری است که هست و دانستن آن به شما کمک می‌کند برای مخاطبان‌تان جذابیت پیدا کنید و در چیدن طرح بازاریابی به ناشرتان یاری می‌رساند.

اگر مطمئن نباشید چه؟ در این صورت رمان شما به احتمال زیاد از نظر جنسیتی چندان تعریف شده نیست. تکرار می‌کنیم که این نه خوب است و نه بد؛ فقط واقعیتی است که در تعیین جزئیات طرح بازاریابی کتاب‌تان به ناشر کمک می‌کند.

نوشتن برای خوانندگان گروه‌های سنی خاص

وقتی شما خواننده‌های مورد نظرتان را مجسم می‌کنید، آن‌ها چندساله هستند؟ کودک‌اند؟ نوجوان‌اند؟ جوان‌اند؟ بیست و اندی ساله‌اند؟ سی تا پنجاه ساله‌اند؟ یا پنجاه سالگی را رد کرده‌اند؟ هریک از این گروه‌های سنی عادات خواندن به‌خصوصی دارند. هر گروه سنی به‌شکلی متفاوت به تصویر جلد، عناوین و پشت جلد کتاب‌ها واکنش

نشان می‌دهند. ناشر شما طرح بازاریابی کارتان را باتوجه به گروه سنی خوانندگان مورد نظر تهیه می‌کند.

موفق‌ترین مجموعه رمان چاپ شده در تاریخ نشر، مجموعه‌ی هری پاتر بوده است. خوانندگان مورد نظر این مجموعه که بودند؟ جوانان! مثل اینکه با نبود "همه" این کتاب را بخوانند، این‌طور نیست؟ اما بچه‌ها از آن تعریف کردند و پیش از آنکه بتوانید بگویید "آلوهامورا!" همگان در حال خواندن داستان‌های سحرآمیز پسرک جادوگر بودند.



تعریف گروه خوانندگان تان

تبلیغ شمای بهترین اتفاقی است که در بارار رمان رخ می‌دهد. بنابراین ناشر شما می‌خواهد گروه خوانندگان کاملاً مشخصی را هدف قرار دهد تا با بیرون آمدن کتاب‌تان بتواند به سراغ‌شان برود. اگر رمان شما قوی باشد، گروه خوانندگان هدف‌تان شروع به تعریف می‌کنند... و به تعریف کردن‌شان ادامه می‌دهند. بعد این تعریف‌ها خبر رمان شما را بسیار فراتر از محدوده‌ی گروه خوانندگان پیش‌بینی شده‌تان می‌برد.

نگران بازاریابی بیشتر و بهتر برای کتابتان نباشید. اگر کتاب شما نظر تعداد کمی از خوانندگان را جلب کند، احتمالاً با رقابت کمتری مواجه خواهید بود و ممکن است بتوانید بر خوانندگان تعیین شده‌تان تسلط یابید. اینکه ماهی در تنگ کوچکی باشید آسان‌تر است؛ در ضمن ماهی‌های درشت اغلب راه خود را به تنگ‌های بزرگ‌تر باز می‌کنند.



در یک بند، خواننده‌ی ایده‌آل خود را با دقت توصیف کنید: سن، جنسیت، جهت‌گیری‌های سیاسی و مذهبی، تفریحات، الگوهای فکری، علاقه‌مندی‌ها و بیزاری‌ها. توصیف خود را با سرعت هرچه بیشتر روی کاغذ بیاورید. فردا آن را ویرایش کنید و کنار بگذارید. روزی فرا می‌رسد که مدیر بازاریابی‌تان به خاطر این حرکت عاشق‌تان بشود.



درک طبقه‌ای که در آن قرار دارید

وقتی کارمندان کتاب‌فروشی‌ها نسخه‌های کتاب‌ها را از داخل جعبه‌های مقوایی درمی‌آورند، باید کتاب‌های شما را کجا بگذارند؟

در ذهن‌تان در قسمت کتاب‌های داستانی کتابفروشی مورد علاقه‌تان قدم بزنید. احتمالاً بخش‌هایی با عناوین و برجسب‌های متفاوت خواهید دید: داستانی (یا ادبی)، عاشقانه، هیجانی (یا رمزآلود)، معمایی، جنایی واقعی، تاریخی، وسترن، علمی-تخیلی، خیال‌انگیز، ترسناک، کودکان، جوانان (یا نوجوانان)، داستان‌های الهام‌بخش (یا داستان‌های مذهبی)، و غیره. اگر به یک دو جین کتابفروشی سر بزنید خواهید دید که

آن‌ها قفسه‌های کتاب‌ها را کمی متفاوت با هم نام‌گذاری می‌کنند. شما ممکن است ترکیبات خاصی از عناوین را ببینید، مثلاً "رمزآلود و مهیج" یا "داستانی و ادبی". گاهی جنایی واقعی زیرمجموعه‌ای از رمان‌های رمزآلود به‌شمار می‌رود.

عناوین دو نوع تمایز ایجاد می‌کنند. اکثر آن‌ها تعریف‌کننده‌ی یک ژانر یا نوع شناخته شده‌ای از کتاب‌ها هستند، مثل عاشقانه، رمزآلود و مهیج. اما بسیاری از این عناوین به مخاطبان مورد نظر کتاب‌ها اشاره می‌کنند؛ مثلاً کودکان، نوجوانان، یا مذهبی‌ها. برای در هم آمیختن موضوعات، هر یک از بخش‌هایی که برای مخاطبان خاصی تعیه شده‌اند حاوی کتاب‌هایی از اکثر ژانرها هستند. بنابراین شما می‌توانید کتاب‌های رمزآلود را علاوه بر قسمت مربوط به کتاب‌های رمزآلود، در قسمت کتاب‌های کودکان، نوجوانان و مذهبی‌ها هم پیدا کنید.

آدم گیج می‌شود، مگر نه؟ از آنجا که کتاب فروشی‌ها ژانرهای خود را بر اساس معیارهای مختلف انجام می‌دهند، ما سعی می‌کنیم حتماً از طبقه‌بندی هفته‌نامه‌ی ناشران (Publisher's Weekly) - که نشریه‌ی تجارتی صنعت نشر است - پیروی کنیم. گروه‌های حاصل از طبقه‌بندی نشریه‌ی مذکور، که در این قسمت به آن‌ها می‌پردازیم، در زیر آمده است:

✓ عاشقانه

✓ مهیج

✓ رمزآلود/جنایی

✓ علمی - تخیلی و خیال‌انگیز

✓ ترساک

✓ عمومی/ادبی

✓ الهام‌بخش

✓ داستان‌های زنان

✓ کودکان

✓ نوجوانان

شما باید برای رمان خود یک گروه غالب را انتخاب کنید. البته می‌توانید گروه‌ها را با هم ترکیب کنید، اما باز هم یکی از آن‌ها باید بر سایرین غالب باشد. گروه غالب معمولاً مشخص می‌کند که کارکنان کتاب‌فروشی، کتاب شما را در کدام قفسه قرار می‌دهند. پس رمان عاشقانه‌ی الهام‌بخش (تقریباً همیشه) جایش در قفسه‌ی رمان‌های



الهام‌بخش است. به همین صورت، رمان ادبی رمزآلود (احتمالاً) در قفسه‌ی ادبی‌ها جا خوش خواهد کرد. رمان خیال‌انگیز نوجوانان هم بین رمان‌های نوجوانان جای می‌گیرد. البته حرف نهایی را در مورد نحوه‌ی قفسه‌بندی کتاب‌ها باید از کارکنان کتاب‌فروشی‌ها شنید و به همین دلیل ممکن است گاهی غافلگیر شوید.



عضو شوید: انجمن‌های نویسندگی برای ژانری که در آن می‌نویسید

✓ مجمع نویسندگان داستان‌های رمزآلود در آمریکا (MWA): این مجمع پشتیبان جایزه‌ی ادگار برای رمان‌های رمزآلود چاپ شده است برای اطلاعات بیشتر سری به www.mysterywriters.org بروید.

✓ انجمن نویسندگان رمان‌های عاشقانه در آمریکا (RWA): پشتیبان جایزه‌ی ارزشمند RITA که به رمان‌های عاشقانه‌ی چاپ شده اهدا می‌شود و همچنین جایزه‌ی قلب زرین - ویژه‌ی دست‌نوشته‌های چاپ نشده - است. این انجمن را می‌توانید در آدرس اینترنتی www.rwanational.org پیدا کنید.

✓ انجمن نویسندگان رمان‌های علمی-تخیلی و خیال‌انگیز آمریکا (SFWA): این انجمن حامی جوایز نیولا، آندره نورتون، و نیر ری برذیری است. SFWA را می‌توانید در وبسایت www.sfwaworld.org پیدا کنید.

✓ جامعه‌ی نویسندگان و تصویرگران کودک (SCBWI): این گروه پشتیبان جایزه‌ی یادبادک زرین و چند جایزه‌ی دیگر است. اگر شما نویسنده‌ی داستان کودک یا نوجوان هستید، سری به وبسایت این انجمن، www.scbwi.org بزنید.

پیوستن به یک انجمن حرفه‌ای نویسندگی می‌تواند راه خوبی باشد برای درک بهتر طبقه‌بندی‌های نوشتاری، برقراری ارتباط با دیگر نویسندگان، یادگیری نکات بیشتر در مورد نشر، و رقابت بر سر جوایز آثار چاپ شده و چاپ نشده. در اینجا به برخی از این انجمن‌های مهم نویسندگی و جوایزی که ارائه می‌دهند اشاره می‌کنیم. برخی از انجمن‌ها لزوماً از شما انتظار دارند که یک رمان یا چند داستان کوتاه چاپ شده در ژانر مربوطه داشته باشید تا اجازه‌ی عضویت در آن‌ها به شما داده شود. سایر انجمن‌ها هر کسی را که به کار علاقه داشته باشد می‌پذیرند. برای جزئیات بیشتر به وبسایت‌ها مراجعه کنید.

✓ انجمن نویسندگان رمان‌های مسیحی در آمریکا (ACFW): این انجمن پشتیبان جایزه‌ی کتاب سال برای رمان‌های بلند و کوتاه، و همچنین جایزه‌ی پیدایش به دست‌نوشته‌های چاپ نشده است. برای اطلاعات بیشتر به www.acfw.com مراجعه کنید.

✓ انجمن نویسندگان داستان‌های ترساک (HWA): این انجمن از جایزه‌ی برام استوکر حمایت می‌کند شما می‌توانید HWA را در اینترنت در آدرس www.horror.org پیدا کنید.

ژانرها: نگاهی به ژانر آثار بر اساس محتوای آنها

هنگامی که یک دسته یا زیرمجموعه‌ی آن دارای تعدادی قاعده‌ی تعریف شده باشند که پارامترهای گسترده‌ی داستان را تعیین می‌کند، به آن دسته یا زیرمجموعه از آثار ژانر می‌گویند. ژانرهای متداول عبارتند از عاشقانه، مهیج، رمزآلود، علمی-تخیلی، خیال‌نگیز و ترسناک. ما در این قسمت به بررسی این ژانرها و ژانرهای دیگر می‌پردازیم. (داستان تاریخی ژانری خاص با مسائل مخصوص به خود است که آن را در قالب یک کادر جدا تحت عنوان "چه بر سر رمان‌های تاریخی آمد؟" بررسی خواهیم کرد).

رمان عاشقانه

اگر می‌خواهید در وادی داستان‌نویسی قدم بگذارید، شاید هیچ جاده‌ای هموارتر از جاده‌ی عاشقانه‌نویسی نباشد. حالا هر چقدر دلتان خواست پوزخند بزنید، اما نویسندگان رمان‌های عاشقانه حرف ما را تأیید خواهند کرد. بیش از ۴۰ درصد رمان‌هایی که امروزه به فروش می‌رسند در دسته‌بندی رمان‌های عاشقانه جای می‌گیرند. بازار موجود برای این نوع رمان بسیار گسترده است و طرفداران آن عطش زیادی برای خواندن دارند.

داستان‌های عاشقانه اغلب حکایت زن و مرد مجردی است که با هم روبه‌رو می‌شوند و تقریباً اکثر موقع پایان خوشی دارند. عموم خواننده‌های این رمان‌ها مؤنث هستند (امیدوارم باعث تعجب‌تان نشده باشیم). در ضمن مخاطبان این ژانر در تمام گروه‌های سنی پراکنده‌اند. این ژانر دارای زیرمجموعه‌های گنج‌کننده‌ای هم هست که رمان‌های لطیف و شیرین عاشقانه از آن جمله‌اند.

دنیای رمان‌های عاشقانه پر از کاربردهایی است که تعاریف موشکافانه‌ای دارند. شما باید این تعاریف را بلد باشید چون مجالی برای سُستی نیست. رمان‌های عاشقانه بیشتر بر شخصیت‌ها و دنیای داستانی تمرکز می‌کنند تا پی‌رنگ و درون‌مایه؛ البته این قاعده‌ی ثابت و تغییرناپذیری نیست.



اکثر ناشران رمان‌های عاشقانه شرایط دقیق خود را روی وبسایت‌هایشان ذکر می‌کنند (وقتی می‌گوییم شرایط دقیق اصلاً شوخی نمی‌کنیم). برخی از این شرایط متداول عبارتند از تعداد واژگان مشخص، سن و سال قهرمان مرد و زن، زمان آشنایی مرد و زن در داستان و سیاری جزئیات دیگر.

برای خواندن نکات بیشتر در رابطه با نوشتن رمان‌های عاشقانه کتاب *Writing a Romance Novel For Dummies* اثر لزلی ویبگر را مطالعه کنید.

رمان مهیج

در صنعت نشر عبارات رمان مهیج و رمان رمزآلود به جای هم استفاده می‌شوند. رمان‌های مهیج تنوع زیادی دارند، که رمان‌های ماجراجویانه - اکشن، نظامی - تکنولوژیک، حقوقی، جنگی و جاسوسی از جمله‌ی آن‌ها هستند این داستان‌ها اغلب پی‌رنگی قوی دارند و ممکن است شخصیت‌ها یا دنیای داستانی درخشانی هم داشته باشند. معمولاً در رمان‌های مهیج درون‌مایه‌ی داستانی چندان محوریت ندارد.

خوانندگانی از تمام سنین - مرد و زن - عاشق این ژانرند. بعضی از رمان‌های مهیج، مثلاً رمان‌های مهیج با مایه‌ی نظامی - تکنولوژیک، بیشتر مردان را مخاطب قرار می‌دهند، در حالی که مخاطب دیگر انواع رمان مهیج، مثل رمان رمزآلود و عاشقانه خانم‌ها هستند. اما به‌طور کلی این ژانر از نظر جنسیتی متعادل است. میراث مناسب خشونت در داستان شما بستگی به سن و جنس خوانندگان مورد نظرتان دارد.

دسته‌ی رمان‌های مهیج گسترده است، و به همین دلیل شما باید مسیر خود را در بین ژانر با دقت برگزینید تا بتوانید مخاطبان خود را تعریف کنید. شما از آزادی بی حد و حصری برای خلق یک ژانر انشعابی، یا حتی یک ژانر مستقل، برخوردار هستید؛ همان‌طور که تام کلسی و جان گریشام به‌ترتیب ژانر مهیج نظامی - تکنولوژیک و ژانر مهیج حقوقی را آفریدند.



ایسن ژانر بازار خوبی دارد، پس اگر از رمان مهیج خوش‌تان می‌آید، در پرداختن به آن شکی به دل‌تان راه ندهید. فهرست کتاب‌های پرفروش پر از رمان‌های این ژانر است. اما رقابت هم در ژانر مهیج زیاد است و به همین دلیل گرد و خاک به پا کردن به‌عنوان یک رمان‌نویس تازه‌کار ممکن است کار آسانی نباشد.

رمان رمزآلود/جنایی

ژانر رمزآلود/جنایی ارتباط تنگاتنگی با ژانر مهیج دارد، اما همیشه معماهای فکری‌ای دارد که باید حل شوند، اغلب این معماها راز یک قتل را فاش می‌کنند و گاهی هم به جرایم دیگر مربوطند. لازمه‌ی این ژانر پیدا شدن جانی و اجرای عدالت درباره‌ی اوست و به همین دلیل خواننده نباید تا آخر داستان از هویت شخصیت منفی بویی ببرد (اگر از این قاعده تخطی کنید دیگر رمان‌تان رمزآلود نیست مهیج است). در کتاب فروشی‌ها رمان‌های رمزآلود اغلب در قفسه خاص خودشان هستند؛ با یک استثنا در مورد رمان‌های قتل‌های سریالی که ممکن است همراه با رمان‌های مهیج در یک قفسه

قرار بگیرند.

زنان و مردان هر دو از ژانر رمزآلود - که معمولاً پا را از مرزهای سنی فراتر می‌نهد - لذت می‌برند و به همین دلیل این ژانر یک دسته‌بندی گسترده همراه با ژانرهای انشعابی بسیار دارد. برخی از این ژانرهای انشعابی عبارتند از رمان‌های عملیاتی پیپیسی، کراآگاه خصوصی، و معماهای بی‌دردسر کارآگاهان ناشی. بسیاری از کتاب‌های فروش‌ها یک قفسه را به رمان‌های جنایات واقعی اختصاص می‌دهند (که البته نمی‌شود دقیقاً این‌ها را رمان نامید، اما چون در نوشتن آن‌ها از شیوه‌های روایت داستان‌نویسی استفاده می‌شود در این قسمت گنجانده شده‌اند). در این ژانر هم، مثل ژانر مهیج، شما آزادی تعریف نوع خاصی از پیچیدگی را در اثر خود دارید.

رمان‌های رمزآلود در وهله‌ی اول معماهایی ذهنی‌اند، اما در نوشتن آن‌ها دست‌تان باز است که درباره‌ی عنصر ثانویه‌ی که می‌خواهید به کار ببرید تصمیم بگیرید؛ پی‌رنگ (که کارکردی حسی دارد) یا شخصیت‌گزینیه‌های متداولی هستند اما آفرینش یک دنیای داستانی منحصر به فرد هم می‌تواند به محبوبیت رمان شما در میان دیگر آثار کمک کند. ممکن است بعضی از ناشران در مورد شرایط لازم برای خلق یک رمان رمزآلود بسیار سخت‌گیر باشند و برخی دیگر در این زمینه قاطعیت چندانی نشان ندهند.



مخاطبان این ژانر - مانند خوانندگان رمان‌های عاشقانه - رمان‌های رمزآلود را با ولع خاصی دنبال می‌کنند و به همین دلیل بازار همیشه متقاضی جریان تازه‌ای از عناوین جدید کتب است. ژانر رمزآلود انتخاب خوبی است و گزینه‌های زیادی به شما می‌دهد. شما باید پیش از تلاش برای نوشتن رمان‌های رمزآلود، این ژانر را به خوبی مورد مطالعه قرار دهید اما در عین حال رمان‌نویسان ناشناخته شانس خوبی برای کسب موفقیت در این ژانر دارند.

علمی - تخیلی و خیال‌انگیز

رمان‌های علمی - تخیلی و خیال‌انگیز (SF&F) طرفداران سینه‌چاکی دارند که ممکن است مشتاقانه مجموعه آثار یک نویسنده‌ی خاص را دنبال کنند. چندین نمونه از داستان‌های پر فروش، از جمله مجموعه‌های ارباب حلقه‌ها و هری پاتر، از همین ژانر بوده‌اند. شما در ژانر علمی - تخیلی گزینه‌های زیادی برای نوشتن در اختیار دارید، از رمان‌های پیچیده‌ی علمی گرفته تا یک درام بلندبالای فضایی که در منظومه‌ای دور دست اتفاق می‌افتد. به همین صورت، ژانر داستان خیال‌انگیز هم زیرمجموعه‌های بسیاری دارد. این دسته از آثار ادبی ظاهراً آمادگی پذیرش ایده‌های بسیار بکر و تازه‌ی زیادی را دارد، پس اگر اندیشه‌ی خیلی عجیب و غریبی برای عرضه دارید، ممکن است رمان شما کتاب بعدی‌ای باشد که قرار است مثل بمب صدا کند. طبق معمول این کیفیت نوشتار شماست که تعیین‌کننده‌ی موفقیت‌تان خواهد بود.

در هر دوی این ژانرها، علمی - تخیلی و خیال‌انگیز، ساختن دنیای داستانی اهمیت بسیار زیادی دارد. این فرایند که جهان‌سازی نام دارد از لازمه‌های بی‌چون و چرای این دو ژانر است.



ژانر علمی - تخیلی و خیال‌انگیز بزرگ‌ترین ژانر موجود نیست اما خواننده‌های آن به‌طرر استثنائی‌ای وفادارند. پیش از آغاز نوشتن، این ژانر را مطالعه کنید. در ژانر علمی - تخیلی و خیال‌انگیز، حتی نویسندگان ناشناخته هم منوطاً به چاپ آثارشان می‌دارند. ناشران خاصی به‌شکل تخصصی رمان‌های علمی - تخیلی و خیال‌انگیز چاپ می‌کنند، پس خوب است که با دقت وب‌سایت و فهرست کتاب‌های روزشان را ببینید تا دریابید آن‌ها به چه نوع پروژه‌هایی علاقه نشان می‌دهند.

رمان ترسناک

هدف از رمان ترسناک بازی با ذهن خواننده و ایجاد ترسی جان‌فرسا در او و بعد به‌نحوی برطرف کردن این ترس است. قفسه‌های کتاب‌های ترسناک در کتاب فروشی‌ها احتمالاً از دیگر قفسه‌ها کوچک‌ترند. اما اگر ژانر وحشت، ژانر مورد علاقه‌ی شماست، حتماً آن را پیگیری کنید. استفن کینگ، یکی از بهترین نویسندگان معاصر ما در این ژانر، موفقیت بسیار زیادی را به چشم دیده است.

در داستان ترسناک یکی از دو عنصر شخصیت یا پی‌رنگ نقش برجسته‌ای ایفا می‌کنند، ما شما می‌توانید دنیای داستانی یا درون‌مایه را به ستارگان اثر خود تبدیل کنید. قواعد ژانر وحشت نسبت به قواعد دیگر ژانرها کمی آزادانه‌تر است و از این روست که شما با آزادی بیشتری می‌توانید تعیین کنید که رمان ترسناک باید چگونه پیش برود.



رمان ترسناک ژانر کوچکی را می‌سازد. به همین دلیل، سر و صدا به پا کردن در این ژانر ممکن است کمی دشوارتر از بقیه باشد. توانایی شما در خلق یک تجربه‌ی حسی قوی در این ژانر، احتمالاً بیش از هر ژانر دیگری، تعیین‌کننده‌ی میزان موفقیت‌تان است.

رمان عمومی/ادبی

ژانر عمومی/ادبی به داستان‌هایی گفته می‌شود که در هیچ‌یک از ژانرهای که پیش‌تر از آن‌ها سخن رفت جای نمی‌گیرند. یک رمان زمانی ادبی لقب می‌گیرد که بر اساس شخصیت‌ها و بیان داستان پیش می‌رود، در غیر این صورت به آن رمان عمومی می‌گویند. معمولاً رمان ادبی به سبکی بی‌نظیر و زیبا نگاشته می‌شود و بیشتر از رمان عمومی ذهن را درگیر خود می‌کند.

رمان‌های نوشته شده در هریک از ژانرهایی که در فهرست ما آمده‌اند می‌توانند یک رمان ادبی هم باشند. مثلاً شما می‌توانید یک رمان ادبی عاشقانه، مهیج یا رمزآلود بنویسید در این صورت کتاب شما معمولاً در قفسه‌ی ادبی‌ها جای می‌گیرد، اما همچنان تصمیم‌نهایی در این مورد توسط کارکنان کتاب‌فروشی گرفته می‌شود؛ البته خیلی چیزها بستگی به نحوه‌ی بازاریابی کتاب شما توسط باسرتان دارد. ژانر داستان کار پیچیده‌ای است و ما نمی‌توانیم یک قاعده‌ی کلی برای آن به شما یاد بدهیم.

در گروه داستان ادبی/عمومی رقابت زید است و کسب موفقیت در آن برای نویسندگان تازه‌کار دشوار خواهد بود. قوانین خیلی کمی درباره‌ی موضوع نوشتار و نحوه‌ی پیشبرد داستان وجود دارد. شما می‌توانید هرچقدر دلتان بخواهد به دنیای داستانی، شخصیت‌ها، پی‌ریز، درون‌مایه، یا سبک گرایش داشته باشید. شرط اصلی این است که رمان‌تان حقیقتاً فوق‌العاده از آب درآید. رمان‌نویسان خوب فراوانی در تلاش‌ند تا آثار خود را به فروش برسانند و به همین دلیل شما نمی‌توانید یک دست‌نوشته‌ی معمولی یا حتی خوب را بفروشید.

رمان‌های خوب بسیاری بر سر جایگاه خود در قفسه‌ی کتاب‌فروشی با رمان شما خواهند جنگید، به همین علت رمانی که در ژانر عمومی/ادبی چاپ می‌شود ممکن است فروش خوبی نداشته باشد. اما اگر هم حق‌التألیف رمانی که نوشته‌اید اشک حسابدارتان را در بیاورد، ممکن است شما نوشتن در این ژانر را به لحاظ هنری قانع‌کننده بدانید. البته برخی از نویسنده‌ها در این ژانر سیار موفقند، پس بهترین رمانی را که می‌توانید بنویسید، خلق کنید و ببینید شما را به کجا می‌برد.

کمال مطلق در هنرتان اصلی‌ترین شرط برای فروش رمان‌تان در گروه عمومی/ادبی است. اینکه رمان‌تان "به اندازه‌ی کافی خوب باشد" به اندازه‌ی کافی خوب نیست. ممکن است در صورت ادامه‌ی فعالیت خود در این ژانر هرگز موفق به ترک شغل روزانه‌ی خود نشوید، اما به احتمال زیاد، بری فردی که هر روز صبح توی آینه می‌بینید، احترام فراوانی قائل خواهید بود.



چه بر سر رمان های تاریخی آمد؟

رمان های تاریخی مهیج:

- ✓ خدای رودخانه، نوشته ی ویلبر اسمیت، یک رمان رمزآلود میخکوب کننده است که در مصر و در قرن ۱۸ پیش از میلاد مسیح - زمان حمله ی هیکسوس - رخ می دهد.
- ✓ ستون های زمین، اثر کن فولیت، حکایت ساخت یک کلیسای جامع در انگلستان قرن ۱۲ است.

رمان های تاریخی رمزآلود:

- ✓ خاصیت بخشایش، نوشته ی فی کلیمرن که از ویپام شکسپیر به عنوان یکی از شخصیت هایش استفاده کرده است.
- ✓ بازوان الهه ی انتقام، از استیون سیلور داستان یک کارآگاه در روم باستان است.

رمان تاریخی علمی - تخیلی و خیال انگیز:

- ✓ تالیسن، نوشته ی استفن آر. لاهد (همراه با دنباله هایش، مرلین و آرتور) در بریتانیای زمان شاه آرتور اتفاق می افتد.
- ✓ موتور تفاوت، اثر ویلیام گیسسن و بروس استرلینگ، برداشت تاریخی متفاوتی از لندن در دهه ی ۱۸۵۰ است که در آن چارلز بابیج کامپیوتر مکانیکی خود، یعنی موتور تفاوت، را ساخته است.

رمان عمومی تاریخی:

- ✓ اولین نفر در روم، نوشته ی کالین مک کالو - همراه با دنباله هایش - در روم باستان اتفاق می افتد.

رمان تاریخی رمانی است که وقایع آن در روزگاری بسیار دورتر از زمان انتشار آن رخ می دهد. مثلاً اگر شما داستانی بنویسید که در جنگ جهانی اول اتفاق افتاده، به آن رمان تاریخی می گویند! اما رمانی که در سال ۱۹۱۸ درباره ی وقایع همان سال نوشته شده باشد، دیگر رمان تاریخی نیست. مرز بین رمان معاصر و تاریخی کمی باریک است، اما شاید اگر بگوییم داستان رمان تاریخی باید به "پیش از ۵۰ سال پیش" بازگردد توانسته باشیم حق مطلب را ادا کنیم.

اگر رمان های تاریخی را دوست دارید، باید حواس تان باشد که کتاب فروشی های کمی هستند که قفسه های به این نوع رمان اختصاص می دهند. بنابراین بهتر است برای نوشتن، از یک ژانر یا گروه دیگر استفاده کنید و واژه ی تاریخی را جلوی عنوان آن اضافه کنید. این کار را می توانید با اکثر ژانرها انجام دهید. نگاهی به برخی از مثال های موجود از رمان های تاریخی موفق در هریک از گروه های دیگر بیندازید.

رمان های تاریخی عاشقانه:

- ✓ بر باد رفته، نوشته ی مارگارت میچل، وقایع جنوب آمریکا در جریان جنگ های داخلی را با جزئیات فوق العاده ظریف روایت می کند.
- ✓ خارجی، نوشته ی دایانا گابالدون، روایت موشکافانه ی جریان شورش هواداران جیمز فرانسیس ادوارد در اسکاتلند قرن هجدهم است.

✓ فروشی‌ها آن را در قفسه‌ی رمان‌های مهیج قرار می‌دهند. خودتان حساب کنید.

✓ دختری با گوشواره‌ی مروارید، اثر تریسی چوالیر، در منزل یان ورمیر، هنرمند قرن هفده، اتفاق می‌افتد.

شما می‌توانید رمان تاریخی خود را بفروشید اما اول باید آن را در یکی از گروه‌های داستانی تثبیت‌شده بگجانید. آفرینش یک رمان تاریخی امتیاز بسیار خوبی برایتان به ارمغان می‌آورد؛ با خلق یک دنیای داستانی بی‌همتا و خیره‌کننده، می‌توانید به ژانر اصلی رمان‌تان شور بیفزایید.

✓ قبیله‌ی خرس غارنشین، نوشته‌ی جین اول - همراه با چندین دنباله‌اش - در روپای عصر یخبندان اتفاق می‌افتد.

رمان ادبی تاریخی:

✓ چادر سرخ، اثر آنیتا دایمانت، داستان زنی ست در خانواده‌ی یعقوب که در کتاب مقدس از او سخن رفته است.

✓ نام گل سرخ، نوشته‌ی اومبرتو اکو، رمانی درباره‌ی قتل‌های سریالی است و در یک دیر ناشناخته در ایتالیا‌ی قرن ۱۴ رخ می‌دهد. این رمان یک داستان تاریخی رم‌آلود و ادبی است، اما معمولاً کتاب

درک گروه‌های داستانی مخاطب‌محور

در برخی موارد، گروه داستانی اصلی رمان شما بیشتر توسط مخاطبان مورد نظر آن تعیین می‌شود تا نوع داستانی که می‌نویسید. (برای اطلاعات بیشتر در زمینه‌ی انتخاب مخاطب، قسمت "تعریف خواننده‌ی ایده‌آل‌تان" که کمی پیش‌تر به آن پرداختیم را مطالعه کنید.) نگاهی به برخی از این گروه‌های داستانی بیندازید.

داستان الهام‌بخش

ناشران مذهبی مسیحی بیشترین رمان‌های الهام‌بخش را منتشر می‌کنند و به همین دلیل مردم دو عبارت داستان مذهبی و داستان الهام‌بخش را به‌جای هم استفاده می‌کنند. معمولاً در این گروه داستانی یک یا چند شخصیت در مسیر سفر عرفانی / روحانی خود توصیف می‌شوند.

بازار رمان‌های مذهبی در جهان نشر سریع‌ترین رشد را در سال‌های اخیر داشته است. این گروه - به‌عنوان گروهی با رشد بالا - به‌خوبی پذیرای نویسندگان جدید است.

ناشران مسیحی پذیرای داستان‌هایی از تمام ژانرها هستند (به قسمت "ژانرها؛ نگاهی به طبقه‌بندی آثار، بر اساس محتوای آن‌ها" مراجعه کنید). دقت کنید که زیرمجموعه‌های خاصی - عاشقانه، داستان زنان، معمایی و عاشقانه‌ی تاریخی - بر این بازار چیره هستند. رمان‌های رم‌آلود موفقیت نسبتاً خوبی دارند. رمان‌های خیال‌انگیز، علمی-تخیلی،

ترسناک و ادبی برای به فروش رسیدن راه سختی در پیش دارند، اما با وجود این در میان آن‌ها نمونه‌های موفق هم وجود داشته است.

زیرمجموعه‌های عاشقانه و رمزآلود با معیارهای پی‌رنگی بسیار دقیقی تعریف شده‌اند، اما دیگر زیرمجموعه‌های رمان‌های الهام‌بخش شما را تا حد زیادی در خلق داستان آزاد می‌گذارند. در ژانر مذهبی یا الهام‌بخش، ناسزاگویی یا توصیف‌های احساسی شورانگیز تقریباً هرگز مجاز نیستند (البته امکان وقوع آن‌ها خارج از صحنه‌ی نمایش داستان وجود دارد).

گر تصمیم بگیرید داستان الهام‌بخش بویسید، به انداره‌ی کافی در قالب این ژانر مطالعه کنید تا به‌خوبی بدانید ذکر چه مسائلی در آن مجاز است. شما باید جهان‌بینی خواننده‌ی خود را درک کنید و به آن احترام بگذارید. قوانین نانوشته‌ی بازار را با دقت مطالعه کنید.



داستان زنان

داستان زنان شامل رمان‌هایی است که به‌طور خاص طبق علائق خانم‌ها نوشته شده‌اند. داستان زنان می‌تواند راجع به عشق (نافرجام یا برعکس)، دوستی، یا دیگر مسائل مربوط به زنان باشد. این رمان‌ها می‌توانند پایانی خوش یا غمگین داشته باشند. تنها قاعده‌ی حقیقی درباره‌ی داستان زنان این است که این نوع داستانی باید با مسائل مربوط به زنان سر و کار داشته باشد.

این گروه داستانی، بسیار گسترده است و با گروه‌های داستانی عاشقانه و عمومی/ادبی هم‌پوشانی دارد. همان‌طور که در قسمت قبل اشاره کردیم، داستان زنان در قالب داستان‌های مذهبی (مسیحی) محبوبیت زیادی دارد. کتب‌فروشی‌ها ممکن است تصمیم بگیرند کتاب‌های داستان زنان را در قفسه‌های هر یک از این گروه‌های داستانی دیگر قرار دهند.

آیا شما برای نوشتن داستان‌های زنان باید حتماً خانم باشید؟ نخیر، اما ما فکر می‌کنیم رن بودن به نوشتن این نوع داستان کمک می‌کند. کاری که باید انجام دهید برقراری ارتباط خوب با خواننده‌هاست، که به شکل باورنکردنی‌ای خنم هستند. اگر قلم خوبی داشته باشید، شانس چاپ اثرتان در این گروه داستانی و احتمال به‌دست آوردن مقادیر زیادی پول برایتان افزایش می‌یابد.

داستان کودک

داستان کودک شامل داستان‌هایی برای تمام افراد زیر ۱۲ سال است. چندین طیف سنی و ناشران گوناگون و متعددی در این گروه داستانی وجود دارند. داستان کودک زمینه‌ی

کاری بسیار شناخته شده‌ای است و در آن برای هر گروه سنی قوانین مختلفی وجود دارد.

گروه داستانی کودکان دارای چند زیرمجموعه است. بهترین کاری که می‌توانید بکنید مطالعه‌ی وبسایت‌های ناشرانی است که نوع کتاب خاصی را که شما دوست دارید بنویسید، چاپ می‌کنند. آن‌ها می‌توانند نشان‌تان دهند چه معیارهایی برای کار مهم است.

شما باید به مخاطب‌تان احترام بگذارید. کودکان می‌فهمند کی با آن‌ها از موضع برتری صحبت می‌شود. معیارهای خود را با دقت تعریف کنید و بعد تکلیف‌تان را انجام دهید. شما باید داستان کودکان را با دقت بسیار زیادی مطالعه کنید تا بعداً بتوانید برای نوشتن آن دست به کار شوید.

برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی داستان کودکان (و نوجوانان) بد نیست کتاب نوشتن داستان‌های کودکانه از سری کتاب‌های دامیز، نوشته‌ی لیسا روجانی و پیترا اکونومی (نشر وایلی) را مطالعه کنید.

داستان نوجوانان

داستان نوجوانان (YA) معمولاً برای گروه سنی ۱۲ تا ۱۸ سال نوشته می‌شود. این حوزه، مانند حوزه‌ی داستان کودکان، بسیار گسترده و تخصصی است و شما باید برای وارد شدن به آن، کتاب‌های موجود را خوب مطالعه کنید.

داستان نوجوانان دامنه‌ی گسترده‌ای دارد و ژانرهای زیر پرچم آن چندان دقیق تعریف نشده‌اند. بنابراین شما آزادید که پا پیش بگذارید و طرحی نو در اندازید؛ کاری که جی. کی. رولینگ و استانی میر به ترتیب در مجموعه‌های هری پاتر و گرگ و میش به آن پرداخته‌اند.

شما می‌توانید داستان نوجوانان را در قالب اکثر ژانرهای موجود برای بزرگسالان بنویسید (مثلاً عاشقانه، مهیج، رمزآلود، علمی-تخیلی، خیال‌انگیز یا ترساک). اگر تصمیم بگیرید که در یکی از این ژانرها بنویسید، چند نمونه از کتاب‌های مشابه را به همراه توصیه‌های ناشران مورد بطرتان، بخوانید.

نوجوانان عملاً بزرگسال محسوب می‌شوند اما به نسل شما تعلق ندارند. احتمالاً شما در نظر آن‌ها یک آدم مهجور هستید. به همین دلیل باید به قدری با آن‌ها زمان سپری کنید که زبان و فرهنگ‌شان را درک کنید.



انتخاب گروه و زیرگروه تان

قسمت‌های قبلی گروه‌های داستانی مهم را به تفصیل بررسی کردند. پیش از آنکه شما نوشتن رمان خود را آغاز کنید، باید دو تصمیم مهم بگیرید. یک تکه کاغذ بردارید و به دو سؤال زیر پاسخ دهید:



✓ گروه داستانی اصلی کتاب شما چیست؟

✓ زیرگروه خاص کتاب شما چیست؟

در این مورد همین حالا تصمیم بگیرید تا وقتی ۴۰۰ صفحه نوشته را با عرق جبین آماده کردید، بعد به این نتیجه نرسید که کتاب‌تان به هیچ گروه داستانی قابل تشخیصی تعلق ندارد و مخاطب خاصی هم برایش موجود نیست.

پس از آنکه گروه داستانی خود را انتخاب کردید، در آن رمیه به‌قدری رمان بخوانید که به یک کارشناس تبدیل شوید. باید بتوانید تشخیص دهید که چه کاری شانس‌ده‌تر بار انجام شده و چه کاری نو و بکر تلقی می‌شود. ما نمی‌توانیم چنین اطلاعاتی به شما بدهیم؛ وظیفه‌ی شماست که بخوانید، بخوانید و بخوانید تا زیر و بم گروه داستانی مورد علاقه‌تان را در آورید.



پیدا کردن شروط لازم برای گروه داستانی تان

گروه‌های مختلف لوازم مختلفی را می‌طلبند. در قسمت‌های پیش‌تر این فصل، درباره‌ی شناسایی گروه داستانی، زیرگروه داستانی، و مخاطب خاص شما سخن گفتیم. حالا از شما می‌خواهیم چندین نویسنده را که دوست دارید یا جای پای آن‌ها بگذارید، معرفی کنید. اگر تمرین‌های قبلی را انجام نداده‌ید، حالا انجام‌شان دهید، زیرا در این قسمت از اطلاعات حاصل از آن تمرین‌ها، برای درک شروط لازم نوشتن کتاب‌تان استفاده خواهید کرد.

فهرست شروط زیر را برای رمان‌تان بنویسید و همزمان با خواندن این قسمت، جاهای خالی را پر کنید:

✓ شمار واژگان:

✓ تعداد شخصیت‌های اصلی:

✓ سطح قابل قبول عناصر زیر در داستان (در مقیاس ۰ تا ۱۰)

• تنش عاطفی:

- نفس‌گرایی: _____
- طنز: _____
- عرفان: _____
- ناسزا: _____
- کنش داستانی / ماجراجویی: _____
- خشونت: _____
- تعلیق: _____
- معما: _____
- ✓ محرک احساسی: _____

تنظیم شمار واژگان

رمان‌های بزرگسالان معمولاً بین ۶۰۰۰۰ تا ۱۲۰۰۰۰ واژه (یا بیشتر) دارند. یک رمان با حجم متوسط حدود ۸۰۰۰۰ تا ۱۰۰۰۰۰ واژه دارد. این طیف‌ها بسیار گسترده‌اند و به همین علت ممکن است فکر کنید نیازی نیست نگران شمار واژگان‌تان باشید. شاید؛ شاید هم نه.

برخی از ناشران در مورد شمار واژگان بسیار سخت‌گیرند. این مسئله خصوصاً در مورد انواع تخصصی رمان‌های عاشقانه صدق می‌کند که در آن‌ها ممکن است تعداد صفحات بادقت تعیین شده و نویسنده به هیچ عنوان اجازه‌ی تخطی نداشته باشد. اگر مشغول نوشتن رمان عاشقانه هستید، ممکن است از قبل شمار خاصی را مد نظر قرار داده باشید. همین حالا شرایط ناشر را روی وبسایت او پیدا کرده و شمار واژگان لازم برای رمان‌تان را مشخص کنید.

سایر گروه‌های داستانی‌ای که ممکن است شمار واژگان دقیقی از شما بخواهند رمان‌های رمزآلود و علمی-تخیلی هستند که تعداد کلمات‌شان از قبل مشخص شده است. اگر می‌خواهید یکی از این دو نوع رمان را بنویسید بیز باید سری به وبسایت ناشران بزنید.

رمان‌های کودکان عموماً کوتاه‌تر از رمان‌های بزرگسالان است و رمان‌های جوانان هم از همین قاعده تبعیت می‌کنند. اما در موارد خاص، این رمان‌ها می‌توانند بسیار طولانی باشند. هری پاتر و محفل ققنوس، نوشته‌ی جی. کی. رولینگ از ۲۵۵۰۰۰ واژه تشکیل شده بود.



در هر گروه داستانی‌ای که انتخاب می‌کنید، می‌توانید یک کتاب را الگوی تعداد واژگان خود قرار دهید. یک صفحه متن کامل را از میانه‌ی فصل اول کتاب انتخابی‌تان پیدا کنید و تعداد واژگان موجود در آن صفحه را بشمارید. رقم حاصل را در تعداد صفحات کتاب ضرب کنید عدد نهایی را طوری گرد کنید که بر ۵۰۰۰ بخش‌پذیر باشد.

مثلاً فرض کنید روی صفحه‌ی دوم ۳۲۱ واژه وجود دارد و کتاب ۴۱۸ صفحه دارد. حاصل ضرب ۳۲۱ و ۴۱۸ می‌شود ۱۳۴/۱۲۸. گرد کردن این عدد طوری که بر ۵۰۰۰ بخش‌پذیر باشد، عدد ۱۳۵۰۰۰ را به ما می‌دهد. این عدد را به‌عنوان شمار واژگان مورد نظر خود یادداشت کنید. (راستی! عجب کتاب عریض و طولی از آب در آمد!)

حکایت از شخصیت‌های اصلی

رمان شما گروه خاصی از شخصیت‌ها را بیشتر در معرض دید قرار می‌دهد. اگر تعداد شخصیت‌های اصلی‌تان خیلی کم است، ممکن است خط داستانی‌تان به اندازه‌ی کافی متراکم نباشد. اگر تعداد شخصیت‌ها زیاد باشد نیز ممکن است داستان‌تان زیادی آبکی و خوننده‌هایتان هم حسابی گیج شوند. لازم نیست پیش از شروع به نوشتن تعداد مشخصی شخصیت اصلی داشته باشید. اما حتماً باید تعداد شخصیت منطقی برای گروه داستانی انتخابی مورد نظرتان را بدانید.

چند تا شخصیت می‌توان داشت؟ طبعاً حداقل تعداد شخصیت ممکن یک نفر است، اما اکثر رمان‌ها بیش از یک شخصیت دارند. حداکثر تعداد شخصیت‌ها هم می‌تواند خیلی زیاد باشد. رمان پدروخوانده حداقل ده شخصیت اصلی داشت. ارباب حلقه‌ها هم دوازده شخصیت اصلی را در خود گنجانده بود.

دوباره تأکید می‌کنیم که خیلی چیزها به گروه داستانی انتخابی شما بستگی دارد. اگر در حال نوشتن یک رمان عاشقانه هستید احتمالاً به یک قهرمان مرد و یک قهرمان زن نیاز دارید و همچنین یک شخصیت تبهکار یا یک معشوق احتمالی. این‌ها می‌توانند تمام شخصیت‌هایی باشند که نیاز دارند (چنین شخصیت‌هایی برای خلق یک مثلث عشقی کلاسیک کفایت می‌کنند)، اگرچه شخصیت‌های کم‌اهمیت زیادی هم در داستان خواهید داشت.

از سوی دیگر اگر قصد دارید رمانی رمزآلود بنویسید، به یک جنازه و یک کارآگاه نار دارید. همچنین باید چندین مظنون، تعدادی دوست و رفیق بری کارآگاه‌تان و چند تا هم خلاف‌کار داشته باشید. این‌ها می‌توانند تعداد شخصیت‌های مهم داستان شما را به یک دو جین برسانند.

چند کتاب، مشابه کتابی که می‌خواهید بنویسید، در نظر آورید. آن‌ها چند کاراکتر اصلی دارند؟ دو تا؟ پنج تا؟ ده تا؟ عددی را انتخاب کنید که منطقی به نظر می‌رسد و آن را یادداشت کنید. (توجه: اگر به نقش‌هایی که به آن‌ها نیاز دارید فکر کنید [قهرمان‌ها، خلاف‌کارها، شخصیت‌های مکمل و غیره]، بهتر می‌فهمید که به چند شخصیت نیاز خواهید داشت. برای اطلاعات بیشتر به فصل ۷ مراجعه کنید).



تعیین سطح اعمال داستانی، صحنه‌های احساسی و از این قبیل چیزها

خواننده‌های گروه‌ها و زیرگروه‌های داستانی مختلف درباره‌ی چیزهایی که می‌تواند در یک رمان وجود داشته باشد نظرات متفاوتی دارند. شما باید از قبل درباره‌ی انتظارات خواننده‌ها فکر کنید. اگر رمانی بنویسید که برای مخاطبان قابل قبول نیست، آنگاه ناشر هم اهمیتی به این نمی‌دهد که آیا رمان از نظر شمای نویسنده قابل قبول است یا خیر؛ کار ناشر فروختن کتاب‌هاست.

هدف از این تمرین حصول اطمینان از این است که شما - پیش از نوشتن کتاب‌تان - می‌دانید چه مطالبی از نظر خواننده‌ی گروه داستانی‌ای که در قالب آن می‌نویسید قابل قبول محسوب می‌شوند. این تمرین می‌تواند شما را از تحمل رنج و زحمت بیهوده نجات دهد؛ به همین دلیل انجام آن در این لحظه ارزش وقت‌تان را دارد. در ادامه خواهید دید که چگونه می‌توان به انتظارات خوانندگان پی برد و معیارهایی برای نوشتن یک رمان تعیین کرد:



۱. جنبه‌های مختلف داستانی، شامل تنش عاطفی، حساسیت، طنز، معنویت، زبان ناسزا، اعمال/ماجرایا، خشونت، تعلیق و معما را درک کنید.

در ادامه‌ی این قسمت درباره‌ی این جنبه‌های داستانی بحث خواهیم کرد.

۲. بدانید که دیگر رمان‌های موجود در گروه داستانی انتخابی شما چقدر از این جنبه‌ها بهره می‌برند.

از کجا می‌شود فهمید که قواعد رسمی‌ای که قابل قبول بودن مسائل را تعیین می‌کنند کدامند؟ نمی‌شود چنین چیزی را فهمید. به همین دلیل است که باید دیگر کتب‌های موجود در گروه داستانی انتخابی‌تان را مطالعه کنید. در خلال خواندن آن‌ها قوانین نانوشته‌ای را که همه از آن‌ها آگاهند یاد بگیرید.

ما دوست داریم در هر جنبه‌ی داستانی، به کتاب‌ها نمره‌ای بین ۰ تا ۱۰ بدهیم. مثلاً میزان خشونت موجود در کتاب غرور و تعصب بسیار کم است و ما به آن نمره‌ی ۰ می‌دهیم. اما تنش عاطفی در آن زیاد است و در این زمینه از ما نمره‌ی ۱۰ می‌گیرد.

توجه: سعی کنید کمیت را اندازه بگیرید نه کیفیت را. مثلاً میزان خشونت در فیلم کارابلانکا متعادل است و ما به آن نمره‌ی ۵ می‌دهیم. اما میزان خشونت در رمبو خیلی بیشتر است و نمره‌ی ۱۰ به آن داده می‌شود. کمیت خشونت در هر فیلمی با توجه به انتظارات بینندگان آن تعیین می‌شود و به همین دلیل می‌توان استدلال کرد که کیفیت خشونت در همه‌ی فیلم‌های این‌چنینی بالاست. اما هرگاه کیفیت مسئله‌ساز شود بحث بالا می‌گیرد و ما در اینجا تریخ می‌دهیم از این مبحث دوری کنیم.

۳. تصمیم بگیرید که چه مقدار از هر جنبه‌ی داستانی برای خواننده‌ی شما قابل قبول است.

معمولاً شما طیفی از ارزش‌ها را برای داستان خود تعیین می‌کنید. مثلاً اگر رمان عاشقانه می‌نویسید، خواننده انتظار دارد تنش عاطفی زیاد باشد، پس شما این جنبه را با نمره‌ی ۹-۱۰ در داستان می‌گنجانید در گروه‌های داستانی خاصی، خواننده به برخی از جنبه‌ها اهمیت چندانی نمی‌دهد و به همین علت می‌توان مقدار این جنبه‌ها را به‌طور کامل (از ۰ تا ۱۰) در نظر گرفت.

آیا می‌توانید هنگام نوشتن محدوده‌ی قابل قبول بودن را گسترش دهید؟ بله، البته. محدوده را وسعت ببخشید اما مرزهای آن را از بین نبرید. اگر به‌درستی نمی‌دانید که مرزها کجا قرار دارند، در قالب گروه داستانی خود کمی بیشتر مطالعه کنید یا با نویسندگان، نماینده‌های ادبی، یا ویراستاران با تجربه مشورت کنید.

حالا نگاهی به فهرست زیر بیندازید. در این فهرست جنبه‌های داستانی تعریف شده‌اند و یک ایده‌ی کلی از گروه‌های داستانی‌ای که وجود مقادیر زیاد یا کم این جنبه‌ها در آن‌ها ضرورت دارد ارائه داده شده است:

✓ تنش عاطفی: تنش عاطفی یعنی مکان وقوع عشق در یک داستان. رمان‌های عاشقانه و داستان‌های رمان معمولاً به مقادیر زیادی تنش عاطفی نیاز دارند. اکثر ژانرهای دیگر مقادیر متفاوتی از این جنبه را قابل قبول تلقی می‌کنند (کم، زیاد و مابین این دو). داستان کودکان معمولاً تنش عاطفی بسیار اندکی دارد.

✓ طنز: به هر چیز خنده‌دار طنز می‌گویند. اکثر داستان‌ها نا اندکی چاشنی طنز، بهتر جلوه می‌کنند، اما گنجاندن طنز در داستان ترفند خاصی می‌طلبد، چون سلیقه‌ی افراد در این زمینه متنوع است. گروه‌های داستانی مختلف، طیف وسیعی از این جنبه را در خود می‌گنجانند. این تنها جنبه‌ی داستانی‌ای است که شما درباره‌اش تصمیم می‌گیرید و با استفاده از آن - فارغ از نوع داستانی که می‌نویسید - پا روی انتظارات خواننده نمی‌گذارید.

✓ **معنویت:** معنویت یعنی تعالی و فراتر رفتن از دنیای مادی. در اکثر گروه‌های داستانی میزان کمتر معنویت به مقادیر زیاد آن ترجیح داده می‌شود. اما رمان‌های مذهبی معمولاً درصد معنویت بالایی دارند (تا جایی که این جنبه از تاریخ مسیحیت تبعیت کند). داستان‌های ادبی معنویت را، از هر مایه‌ای که باشد، می‌پذیرند، البته این در صورتی است که معنویت به کار رفته در خط داستانی کیفیت ادبی استاندارد داشته باشد. بعضی از زیرگروه‌های خیال‌انگیز هم به سطح بالایی معنویت گرایش دارند که این جنبه در آن‌ها به اشکال نامتعارفی اجرا می‌شود.

✓ **ناسزا:** زبان دشنام زبانی تتراشیده و زمخت است که در آن از ناسزا استفاده می‌شود. این روزها اکثر خوانندگان گروه‌های داستانی گوناگون پذیرای چنین زبانی هستند. استثناهای بدیهی این مورد داستان‌های کودکان و رمان‌های مذهبی است که استفاده از چنین زبانی در آن‌ها به کلی ممنوع است. خوانندگان رمان‌های نظامی و انواع خاصی از داستان‌های مهیج و جنایی عموماً انتظار دشنام‌های زیادی دارند.

✓ **اعمال داستانی / ماجراجویی:** اعمال داستانی یا ماجراجویی یعنی گنجاندن هیجان در قالب تصادف اتومبیل، سوختن ساختمان، گذشتن خطر مرگ از بیخ گوش شخصیت‌ها، انفجار هلیکوپتر و تیراندازی. این جنبه از داستان‌نویسی لزوماً به خشونت - به معنای آسیب جسمانی - همراه نیست. برخی از گروه‌های داستانی مانند رمان‌های مهیج و دیگر انواع رمان‌های رمزآلود به ماجراجویی زیادی نیاز دارند. دیگر گروه‌ها، مانند داستان‌های زنان و رمان‌های عاشقانه انتظار ماجراجویی بسیار کمتری دارند. بیشتر گروه‌های دیگر طیف وسیعی از ماجراجویی را می‌پذیرند.

✓ **خشونت:** خشونت عبارت است از آسیب جسمانی، خون، شکستگی استخوان، یا مرگ. خشونت، درست مثل ماجراجویی، علاوه بر پذیرفته بودن در رمان‌های مهیج و رمزآلود، مورد انتظار هم هست. درصد پذیرش خشونت در رمان‌های عاشقانه، داستان‌های زنان، داستان‌های مذهبی (مسیحی) و داستان کودک بسیار پایین‌تر است. دیگر گروه‌های داستانی ممکن است طیف وسیعی از خشونت را بپذیرند.

✓ **تعلیق:** تعلیق یعنی انتظار وقوع امری وحشتناک. این جبهه با ماجراجویی و خشونت فرق می‌کند. فیلم شاهد مثال خوبی است از داستانی که در عین حال که ماجراجویی یا خشونت چندانی در آن وجود ندارد، پر از تعلیق است. داستان‌های مهیج و رمزآلود عموماً دارای سطح بالایی از تعلیق هستند. داستان‌های عاشقانه، زنان و کودکان تعلیق بسیار کمی دارند (به استثنای رمان‌های رمزآلود عاشقانه).

سایر گروه‌های داستانی طیف وسیعی از تعلیق را می‌پذیرند.

✓ **معما:** معما یک راز، رمز یا پیچیدگی گشایش‌نیافته است که نیازمند راه‌حل است. بدیهی است که رمان‌های رمزآلود بیشتر به این جنبه نیاز دارند. در رمان‌های مهیج هم معماهای زیادی وجود دارد (وقتی که خواننده نمی‌داند شخصیت منفی کیست)، اما این نوع رمان می‌تواند عاری از معما هم باشد (وقتی خواننده قهرمان داستان و شخصیت منفی را به یک اندازه می‌بیند). از آنجا که هر راز فاش نشده‌ای به خلق حوی معماگونه کمک می‌کند، این جنبه از داستان‌نویسی در تمام گروه‌های داستانی - حتی در داستان‌های کودکان یا رمان‌های عاشقانه که رازهای خانوادگی دفن شده، مایه‌ی اصلی داستان هستند - پذیرفتنی است. اما معما فقط در رمان‌های رمزآلود یکی از شروط الزامی محسوب می‌شود.

می‌پرسید چرا ما یک جدول از طیف‌های قابل قبول برای تمام گروه‌های داستانی ارائه نمی‌دهیم؟ چون نمی‌توانیم. زیرگروه‌های زیادی وجود دارند که هیچ‌کس اصلاً قادر به دنبال کردن سلايق و علايق مخاطبان آن‌ها (آن هم با توجه به گروه‌های سنی مختلف‌شان) نیست. کار شما به‌عنوان نویسنده این است که مخاطب و گروه داستانی مورد نظرتان را تعیین کنید (همان‌طور که در آغاز این فصل توضیح دادیم)، جایگاه کوچک خودتان را در بازار مورد بررسی قرار دهید و به‌تنهایی مرزهای موجود را کشف و درک کنید.

شناسایی محرک حسی داستان‌تان

هدف داستان‌نویسی اهدای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده است. بنابراین هر داستانی باید یک یا چند محرک حسی داشته باشد (محرکی که حس‌هایی را که می‌خواهید در خواننده‌تان برانگیزید بیدار کند). تهیه‌ی فهرست بلندی از محرک‌های احتمالی آسان است: عشق، هوس، ترس، وحشت، حسادت، خشم، انتقام، آز، اندوه، گناه و غیره.

تصمیم بگیرید که رمان شما قرار است چه احساساتی را انتقال دهد. دو یا سه احساس را انتخاب کنید. این احساسات باید با گروه داستانی‌تان تناسب داشته باشند، اما انتخاب احساسات بسیار متفاوت هم اشکالی ندارد. یکی از این احساسات باید حالت پایه داشته باشد و احساسات دیگر برای جذاب‌تر شدن اضافه شوند. یدتان باشد که داشتن محرک‌های بسیار، همان‌قدر بد است که داشتن محرک‌های کم. پس خودتان را محدود کنید. می‌توانید برخی از این حس‌ها را برای رمان بعدی‌تان بگه‌دارید.



شرط اصلی این است که اگر شما در گروه داستانی‌ای می‌نویسید که نیازمند یک محرک احساسی خاص است، در این صورت آن محرک احساسی خاص، محرک پایه‌ی داستان شما خواهد بود. اگر رمان عاشقانه می‌نویسید، عشق باید محرک

اصلی‌تان باشد. اگر رمان مهیج می‌نویسید باید از ترس یا وحشت به‌عنوان محرک اصلی استفاده کنید. به جز این محدودیت، شما آزادید هر ترکیبی از محرک‌های احساسی‌ای را که دل‌تان می‌خواهد به کار گیرید (مادامی که همه‌ی آن‌ها در قالب ژانر یا گروه داستانی‌تان قاب‌قبول باشند). برای مثال از محرک هوس نمی‌شود در داستان کودک یا رمان مذهبی استفاده کرد؛ همچنین، اندوه و افسردگی در یک رمان جاسوسی جیمز باند مانند نمی‌تواند شما را به جای خوبی برساند.

چهار راه برای نوشتن یک رمان عالی

در این فصل

- ◀ نوشتن پیش از تصحیح کردن
- ◀ بررسی چهار الگوی خلاقانه برای کامل کردن یک رمان
- ◀ درک چرایی اهمیت الگوی نوشتاری شما
- ◀ پیدا کردن و بهره‌گیری از الگوی نوشتاری مناسب برای شما

معمولاً رمان‌ها چند بار پیش‌نویس می‌شوند و نویسندگان هم تأیید می‌کنند که پیش‌نویس اول لازم نیست حتماً بی‌نقص باشد. بسیاری از نویسندگان خیلی رُک و پوست‌کنده به شما خواهند گفت که اولین پیش‌نویس اثرشان جنایتی در حق بشریت است. اما آن‌ها به هر حال این پیش‌نویس اول را می‌نویسند، چون هیچ‌کس نمی‌تواند بدون نوشتن پیش‌نویس اول، نسخه یا پیش‌نویس دومی بنویسد. پس اولین کاری که به‌عنوان یک نویسنده انجام می‌دهید باید این باشد که به خودتان اجازه‌ی نوشتن یک پیش‌نویس اولیه‌ی مزخرف را بدهید.

دقت کنید که بیش از یک راه برای نوشتن پیش‌نویس اولیه و تبدیل آن به متن کامل و پخته وجود دارد. شما باید الگوی نوشتاری خلاقانه‌ای را که برایتان کاملاً مناسب است پیدا کنید. منظور ما از الگوی (نوشتاری) خلاقانه شیوه‌ای است که از آن برای نوشتن پیش‌نویس اولیه و ویرایش آن – به همراه سایر یادداشت‌ها – استفاده می‌شود تا در نهایت کامل‌ترین متن ممکن نوشته شود.

ممکن است از کشف این موضوع که نویسندگان مختلف دارای الگوهای نوشتاری مختلف هستند حسابی تعجب کنید. بعضی‌ها همه چیز را با ظرافت برنامه‌ریزی می‌کنند، اما بعضی‌ها به یکباره وارد گود می‌شوند و شروع به تایپ می‌کنند. ما در این فصل تعدادی از شیوه‌های کار نویسندگان باتجربه را با دقت واکاوی می‌کنیم و ایده‌هایی در اختیارتان می‌گذاریم که به کمک آن‌ها می‌توانید الگوی نوشتاری خلاقانه‌ی خود را پیدا کنید. در تحلیل بهایی، الگوی خلاقانه‌ی مناسب همانی است که جوابگوی نیاز شماست.

به خودتان مجال مزخرف نوشتن بدهید

روزی که می‌نشینید تا نوشتن اولین رمان‌تان را آغاز کنید به یک واقعیت عمیق درباره‌ی خودتان پی می‌برید. بعضی از نویسنده‌ها صفحه‌ی سفید مقابل خود را با کلمات بمباران می‌کنند و مشتاقانه به دنبال این هستند که داستان‌شان را به سرعت نور به پایان برسانند. سایر نویسنده‌ها به اولین صفحه‌ی خالی خیره می‌شوند و در وحشت نوشتن مطلبی نادرست می‌ماسند. شما در کدام دسته جای دارید؟



پرهیز از ویرایش

- | | |
|---|---|
| <p>✓ یک گلوله پنبه روی کلید Backspace صفحه کلید خود بگذارید تا یادتان بیندازد که نباید کارتان را ویرایش کنید.</p> <p>✓ با خودتان مسابقه بگذارید که ۵۰ کلمه را با بیشترین سرعتی که می‌توانید تایپ کنید. وقت بگیرید و ببینید آیا می‌توانید این کار را ظرف کمتر از ۱۵ دقیقه انجام دهید یا خیر.</p> | <p>اگر نمی‌توانید بدون درگیر شدن با ویرایش نوشتارتان، به صورت خلاق به نوشتن ادامه دهید، از یکی از شیوه‌های زیر برای ترک این عادت کمک بگیرید:</p> <p>✓ اولین پیش‌نویس را روی کاغذ بنویسید. ویرایش دست‌نوشته دشوارتر است و به همین دلیل شاید کمتر وسوسه شوید.</p> |
|---|---|

اکثر نویسنده‌ها در دو حالت متمایز کار می‌کنند:

✓ **حالت خلاق:** در این حالت شما به خودتان اجازه‌ی «متحان کردن کارهای جدید را می‌دهید و در عین حال به این مسئله واقفید که این کارها ممکن است جواب بدهند یا به بن‌بست ختم شوند. مزخرف نوشتن در حالت خلاق اشکالی ندارد. همه انتظار دارند خیلی از مطالبی که شما در حالت خلاق می‌نویسید بد باشد (البته بعضی از آن‌ها هم خوب خواهند بود). آفرینش به معنی آشوب است، پس سعی کنید وقتی خلاق هستید کمی دیوانه شوید. این همان کاری است که قرار است انجام شود.

✓ **حالت ویرایشی:** در حالت ویرایشی هدف شما جمع و جور کردن افتضاحی است که در حالت خلاق به بار آورده‌اید. در این حالت شما آنچه را که نوشته‌اید تحلیل می‌کنید، تکه‌های خوب را شناسایی می‌کنید، تکه‌های بد را دور می‌اندازید و همه‌ی مطالب را جوری راست و ریس می‌کنید که معنی بدهد.

خشکی قلم زمانی اتفاق می‌افتد که نویسنده سعی می‌کند همزمان در دو حالت خلاق و ویراینده بنویسد. این کار را نکنید! این کار مثل این است که موقع رانندگی یک پا

را روی پدال گاز بگذارید و با پای دیگر ترمز بگیرید. کمی نوشتن و بعد کمی ویراستن اشکالی ندارد؛ فقط قبل از اینکه چیزی را بنویسید آن را ویرایش نکنید! همان طور که از قدیم و ندیم گفته‌اند: اول بنویس؛ بعد درستش کن.

شما همیشه پیش‌نویس اول را در حالت خلاق می‌نویسید. وقتی حرف از پیش‌نویس اول به میان می‌آید، منظور ما اولین نسخه‌ای است که می‌نویسید یا روی صفحه تایپ می‌کنید. هر چیزی که بعد از این ارائه شود یک نسخه‌ی ویرایش شده خواهد بود. اگر کارتان را خوب انجام دهید، بخش‌هایی از پیش‌نویس اول، عالی و بخش‌هایی از آن چرند از آب درمی‌آید. هدف شما این است که خودتان را به نقطه‌ای برسانید که تمام مطالب موجود در نسخه‌ی نهایی‌تان عالی باشد. تنها راه رسیدن به این نقطه هم نوشتن آن پیش‌نویس اولیه - بدون توجه به میزان بد بودن آن - است.

به خودتان اجازه دهید پیش‌نویس اولیه‌ی بدی بنویسید. به هر حال ویراستار شما که قرار نیست این پیش‌نویس را ببیند. فقط آن را بنویسید. بعدها، وقتی وارد حالت ویرایشی می‌شوید، فرصت نگرانی برای آراستن کارتان هست. بعد از اتمام ویرایش همه فکر می‌کنند که شما از همان اول خیلی خوش فکر بوده‌اید. فقط خودتان از حقیقت خبر دارید و لازم هم نیست آن را برای کسی فاش کنید.



این جمله را روی یک تکه کاغذ سفید بنویسید: "من اختیار تام دارم که یک پیش‌نویس اولیه‌ی چرند بنویسم، چون می‌دانم که اکثر پیش‌نویس‌های نوشته شده توسط کتر نویسندگان چرند هستند. نوبت به اصلاح که رسید درستش می‌کنم." تاریخ امروز را در بالای صفحه درج کنید و زیر آن را هم امضا کنید و کاغذ را به محل کار خود پست کنید.



الگوهای خلاقانه: بررسی شیوه‌های نوشتاری گوناگون

ما حداقل چهار الگوی نوشتاری خلاق یا شیوه‌ی نوشتاری، را شناسایی و نام‌گذاری کرده‌ایم که رمان‌نویسان برای نوشتن پیش‌نویس اولیه‌ی اثرشان از آن‌ها استفاده می‌کنند:

- ✓ غریزی: همین طور - بدون برنامه‌ریزی یا ویرایش - بنویسید.
- ✓ ویرایش همزمان: بدون برنامه‌ریزی بنویسید اما حین نوشتن، مطالب را کاملاً ویرایش کنید.
- ✓ دانه‌پرفی: یک طرح عمومی تهیه کنید و شروع به نوشتن کنید و همزمان با ادامه‌ی کار طرح را هم تغییر دهید.
- ✓ طرح جامع: پیش از آنکه چیزی بنویسید، یک طرح کامل همراه با جزئیات بنویسید و قاطعانه به آن وفادار بمانید.

وقتی داشتیم طرح این کتاب را آماده می‌کردیم ویراستارمان از ما خواست مشخص کنیم که کدام‌یک از این الگوها، الگوی نوشتاری خلاقانه‌ی مناسب برای رمان‌نویسی است. اما حقیقت این است که چنین چیزی امکان ندارد. رمان‌نویس‌های خوب (یا حتی عالی) ممکن است از هر کدام از این الگوها بهره ببرند.

در این قسمت ما هریک از این الگوهای خلاق را توصیف می‌کنیم و چرایی و چگونگی آن‌ها را توضیح می‌دهیم. در ادامه هم کمک‌تان می‌کنیم که ببینید کدام‌یک از این الگوها به درد شما می‌خورد.

نوشتن بدون برنامه‌ریزی یا ویرایش

شیوه‌ی نوشتاری بدون برنامه‌ریزی یا ویرایش معمولاً نوشتار غریزی خواننده می‌شود. در حالت معمول شما کارتان را با چند تکه از داستانی که در ذهن دارید شروع می‌کنید. وقتی اراده می‌کنید، فقط تایپ می‌کنید و اجازه می‌دهید انگشتان‌تان شما را به پیش ببرند.

این روش بدون شک، روش روح بخشی است. وقتی رمان خود را به شیوه‌ی غریزی می‌نویسید، بالا و پایین‌های داستان، شما و خواننده را به یک اندازه غافلگیر می‌کنند. انگار داستان برای خودش زنده است و شما می‌توانید بگویید: "بابا جان من ریچارد را نکشتم. وارد اتاق که شدم دیدم او مُرده"

برای بعضی از نویسندگان شیوه‌ی غریزی، نوشتن پیش‌نویس اولیه مفرح‌تر است و ویرایش مجازاتی است که بید به آن تن دهند. آن‌ها در حالی که نمی‌دانند قرار است داستان به کجا برود، از فرایند نوشتن لذت می‌برند. این دسته از نویسندگان می‌نویسند و می‌نویسند - با سرعتی تا حد ۲۰۰۰ کلمه در ساعت - و با خوشحالی داستان می‌سازند. برای این نویسندگان، روز نوشتن پیش‌نویس ثانویه، روز جزاست؛ روزی که باید تمام نوشته‌ها را ویرایش کنند. از آنجا که تمام داستان بدون برنامه نوشته شده آن‌ها باید درباره‌ی بعضی از شخصیت‌ها تجدید نظر کنند. در این مرحله دیگر بعضی از پیچیدگی‌های بی‌رنگ داستان اشتباهاتی بیش نیستند. نویسنده ممکن است مجبور شود فصل یا فصل‌هایی را به‌طور کامل دور بیندازد و برخی از فصل‌های دیگر را هم جابه‌جا یا حسابی اصلاح کند.

برای دیگر نویسندگان پیرو شیوه‌ی غریزی، پیش‌نویس اول دردسر است و ویرایش راه نجات. به خاطر بود برنامه‌ریزی، تمام صحنه‌های داستان پر از مشکل است. اگر این اتفاق به‌جایی نرسد چه؟ اگر فلان شخصیت بر داستان چیره شود چه؟ اگر تمام رحمت‌های امروز، آخرش به هیچ دردی نخورد چه؟ ما بعد از اینکه فرایند مشقت‌بار نوشتن پیش‌نویس اولیه تمام شد، روز خوشی این دسته از نویسندگان فرا می‌رسد زیرا

آن‌ها عاشق اصلاح کردن‌اند. حالا می‌توانند با خیال راحت بپزند و بدوزند و حذف کنند. آن‌ها دوباره‌ی شخصیت‌هایشان تجدید نظر می‌کنند و برایشان ارزش، انگیزه، هدف‌ها و پیشینه‌های مناسبی پیدا می‌کنند.

اگر می‌خواهید به روش غریزی بنویسید باید آماده‌ی فرایند سنگین دوباره‌نویسی باشید. وقتی پیش‌نویس اول را تمام می‌کنید متوجه می‌شوید که در آن شخصیت‌ها، انشعابات پی‌رنگی و ایده‌های بسیاری وجود دارد که خیلی از آن‌ها با پی‌رنگ اصلی همخوانی ندارند یا ناقص هستند. در این مقطع شما دیگر به‌خوبی داستان‌تان را درک می‌کنید. اما باید در ویرایش نوشتارتان بی‌رحم باشید و کارهای زیر را انجام دهید:



✓ دوباره‌ی کل ساختار رمان‌تان تجدید نظر کنید.

✓ سوراخ‌های پی‌رنگ را پر کنید و گره‌های شُل را محکم کنید.

✓ از شر بعضی از شخصیت‌ها خلاص شوید، بعضی را با هم ترکیب کنید و به تمام آن‌ها عمق ببخشید.

شما باید آمادگی کار سخت را داشته باشید و بتوانید هر چند بار که لازم است دوباره‌نویسی کنید تا داستان‌تان خوب از آب درآید. می‌پرسید چند بار باید اصلاح کنید؟ بستگی دارد. بعضی از نویسندگان گفته‌اند که رمان‌شان را ده تا بیست بار (یا حتی بیشتر) دوباره نویسی کرده‌اند. ترسناک به نظر می‌رسد اما نویسندگانی که چندین بار دوباره نویسی می‌کنند از این کار خوش‌شان می‌آید. بسیاری از نویسندگان حتی ویراستاران خودشان را استخدام می‌کنند تا در فرایند دوباره نویسی از آن‌ها کمک بگیرند. فصل ۱۶ این مورد را بیشتر توضیح می‌دهد.

استفن کینگ یکی از نویسندگان پیر و شیوه‌ی غریزی است؛ آن‌ها لموت نویسنده‌ی پرنده به پرنده و جری چنکینز که در نوشتن بر جای مانده همکاری کرد نیز همین طورند. پس اگر قصد دارید به شیوه‌ی غریزی بنویسید، همراهان خوبی دارید.

ویرایش همزمان

ممکن است از آزادی بی‌حصری که شیوه‌ی غریزی برایتان فراهم می‌کند لذت ببرید اما در عین حال از اینکه اجازه دهید داستان برای خودش جولان بدهد وحشت داشته باشید. راه‌حل انتخابی بعضی از نویسندگان برای این مشکل، ویرایش همزمان است. ویرایش همزمان به این شکل انجام می‌شود:

۱- یک صحنه را بدون برنامه‌ریزی بنویسید.

برای توضیح بیشتر دوباره‌ی نحوه‌ی نوشتن صحنه‌ها به فصل‌های ۹ و ۱۰ مراجعه کنید.

۲- پیش از ادامه‌ی کار، تأمل کنید و آنچه را نوشته‌اید ویرایش کنید.

۳ بعد قسمتی را که نوشته‌اید دوباره ویرایش کنید (هر چند مرتبه که لازم دانستید) تا صحنه بدرخشد.

کار سختی است. ممکن است پنج، ده، یا بیست بار مجبور به ویرایش شوید. ممکن است یک روز کامل یا یک هفته، روی آن یک صحنه کار کنید.

خوبی ویرایش همزمان این است که هر دفعه که روی یک صحنه کار می‌کنید داستان‌تان را بهتر می‌فهمید و ذهن کمال‌گرایتان با دانستن اینکه داستان تا این نقطه کاملاً بی‌نقص است، احساس امنیت می‌کند و می‌تواند به کار ادامه دهد.

ایراد ویرایش همزمان این است که شما هنگام نوشتن هنوز هم در حال خلق داستان هستید. از آنجا که می‌دانید داستان به کجا قرار است برسد و شما چطور به آنجا خواهید رسید، ممکن است با این ترس عذاب‌آور دست و پنجه نرم کنید: نکند کتاب به هیچ جای خاصی نرسد. البته ترس شما ممکن است موجه باشد. بعد از آن همه مشقت برای سنباده کشیدن و تراشیدن و جلا دادن صحنه‌های زیبایتان ممکن است دالانی حفر کرده باشید که شما را به نقطه‌ای بی‌بازگشت ببرد.



خوشبختانه شما رمان‌نویس هستید. شما یک رمان‌نویس بسیار خلاق هستید و از انواع و اقسام ترفندهای عجیب و غریب مخصوص روز مبادا برخوردارید که مدت‌ها در ناخودآگاه‌تان انبار شده بودند. اگر میزان کافئین بدن‌تان به اندازه‌ی کافی باشد و اگر به اندازه‌ی کافی وحشت‌زده باشید، می‌توانید یک راه جدید خیلی بی‌نظیر برای خروج از آن نقطه‌ی کور پیدا کنید. همه‌ی اشتیاق و هیجان نویسندگی هم به همین است و راستش را بخواهید، هیچ حسی بهتر از این نیست که گره موجود در داستان‌تان را ساعت ۳ بعد از نصف شبی که فردایش موعد تحویل کتاب است بگشایید و متن را همان موقعی که ویراستار دارد راهی محل کارش می‌شود ویرایش‌ای میل کنید. هیچ حسی هم بدتر از این نیست که تمام شب در حالت سکنه به صفحه زل بزنید و بدانید که برای درست کردن اشکال داستان‌تان هیچ کاری از دست‌تان برنمی‌آید و مجبور شوید برای تمدید زمان تحویل التماس کنید.

دین کُنتز یک نویسنده‌ی پیرو شیوه‌ی ویرایش همزمان است. اگر این الگوی خلاق برایتان مناسب است بدانید و آگاه باشید این شیوه جواب می‌دهد و اگر توسط آدم مناسبش اجرا شود به‌طرز استثنائی‌ای موفقیت‌آمیز خواهد بود.

کمی برنامه‌ریزی، کمی نوشتن

بسیاری از نویسندگان کمی از آزادی شیوه‌ی غریزی را می‌خواهند اما می‌خواهند

خیال‌شان هم راحت باشد که داستان درست از آب در خواهد آمد. این نویسنده‌ها اول کمی برآمهریزی می‌کنند تا ساختار کلی داستان را مشخص کنند؛ ممکن است برای شخصیت‌هایشان پیش‌زمینه درست کنند، ترکیب ساختار سه‌پرده‌ای را معین کنند، خلاصه‌ی داستان بنویسند، یا فهرستی از صحنه‌ها تهیه کنند اما تمام جزئیات را از پیش تعیین نمی‌کنند. این دسته از نویسندگان بخش‌ی از کار را بر عهده‌ی خلاقیت نوشتن پیش‌نویس اول می‌گذارند. بعد وقتی شروع به نوشتن می‌کنند که بیشتر تصمیمات بزرگ را گرفته باشند. اما هنوز تصمیم‌های جزئی زیادی مانده است و در عین حال استراتژی اصلی داستان کار می‌کند و این نکته را نویسنده قبل از شروع به کار به خوبی می‌داند. بنابراین فقط جزئیات مبهم مانده است.

رندی این سبک نوشتاری را ترجیح می‌دهد. او سال‌ها پیش مقاله‌ای کوتاه درباره‌ی این شیوه نوشت و آن را با یک موضوع ریاضی جالب مقایسه کرد که تحت عنوان **فراکتال دانه‌برفی** شناخته می‌شود (فراکتال ساختاری است که آن را چندباره و با خطوط و جزئیات ظریف رسم می‌کنید و رسم آن هیچ‌وقت تمام نمی‌شود). اگرچه این تشبیه اساساً یک شوخی بود، اما اندیشه‌ی پشت آن محبوبیت زیادی به دست آورد. در نهایت تعجب رندی، روش دانه‌برفی در سرتاسر دنیا رواج یافته است و حالا هر سال صدها هزار نفر از وبسایت دانه‌برفی (www.advancedfictionwriting.com) بازدید می‌کنند. توصیف دقیق ده مرحله‌ی روش دانه‌برفی را می‌توانید در فصل ۱۸ بخوانید.



خاصیت روش دانه‌برفی (با هر روشی که در آن پیش از آغاز به نوشتن طرح ناقصی از کار را آماده می‌کنید) این است که اطمینان منطقی دارید که داستان شما از آغازی که برایش در نظر گرفته‌اید به پایانی که برایش می‌پسندید خواهد رسید. شما آزادید که با سرعت بنویسید چون می‌دانید که در هیچ صحنه‌ای قرار نیست تصمیمی بگیرید که باعث فرو ریختن کل داستان‌تان شود. احتمالاً هیچ شخصیتی را هم معرفی نمی‌کنید که لازم باشد بعداً دوباره رویش کار کنید.

ایراد شیوه‌ی دانه‌برفی این است که ممکن است فکر کنید طرح ناقصی که ریخته‌اید برای رسیدن به مراد دلتان کافی است. این طور نیست. دیر یا زود طرح اولیه‌تان ترک می‌خورد. اگر همین طور کورکورانه و بدون اصلاح طرح پیش بروید بعداً محبور می‌شوید تن به اصلاحات عظیمی بدهید.



اگر از شیوه‌ی دانه‌برفی استفاده می‌کنید پیشنهاد می‌کنیم که هر از چند گاهی طرح داستان‌تان را بررسی کنید تا از نبود ترک در آن مطمئن شوید. آیا پی‌رنگ دچار انحراف شده؟ آیا شخصیت‌های جدیدی را معرفی کرده‌اید که لازم است بیشتر به آن‌ها پرداخته شود؟ مهم‌تر از همه اینکه آیا دارید داستان‌تان را به‌زور در جهت خاصی هل می‌دهید؟



رندی معمولاً بعد از نوشتن یک‌چهارم اول کتابش، طرح داستان را یک واریسی کلی

می‌کند. او این کار را در نیمه‌ی کار و در مرحله‌ی سه‌چهارم هم تکرار می‌کند. اصلاً هم عجیب نیست اگر داستانش در مسیر تکامل از طرح اولیه فاصله بگیرد. اشکالی ندارد، رَندی می‌داند که طراحی داستان تقریباً همیشه بهبود پیدا می‌کند.

ترسیم اسکلت داستان پیش از آغاز به نوشتن

بسیاری از نویسندگان (که پتر هم یکی از آنهاست) تا زمانی که تمام داستان را ندانند اصلاً قادر به نوشتن نیستند. برای این دسته از نویسندگان نوشتن چکیده‌ی داستان در ابتدای امر ضرورت دارد. به این چکیده‌ی داستان، خلاصه‌ی طولانی یا طرح کلی یا چیزهایی از این دست می‌گویند. ما سمش را می‌گذاریم طرح کلی تا با خلاصه‌ی داستان (که دو یا سه صفحه چکیده‌ی مطالب است) اشتباه گرفته نشود. اکثر ناشران پیش از بستن قرارداد کتاب از شما یک خلاصه‌ی داستان می‌خواهند. صرح کلی یک زمان ۴۰۰ صفحه‌ای معمولاً حجمی بین ۲۰ تا ۵۰ صفحه - یا حتی بیشتر - دارد.

آن‌هایی که طرح کلی می‌نویسند، نمی‌خواهند هیچ بخشی از پیش‌نویس اولیه را از دست بدهند. آن‌ها می‌خواهند تمام زیر و بم‌های داستان را از قبل بدانند و تمام چله‌چوله‌های منطقی داستان را - پیش از نوشتن حتی یک کلمه روی کاغذ - بر کنند. نویسندگانی که به طرح کلی علاقه دارند ممکن است پیش از آنکه اعلام کنند که طرح‌شان آماده شده، پنج یا ده بار آن را دوباره‌نویسی کنند. بعد از این کار به طرفه العینی پیش‌نویس اولیه را می‌نویسند و خیال‌شان هم جمع است که داستان آماده است و تنها کاری که باید بکنند تایپ کردن آن است. اگر قلم خوبی داشته باشند پیش‌نویس اولیه‌شان به نوشته‌ی نهایی بسیار نزدیک خواهد بود.

خاصیت شیوه‌ی طرح کلی این است که کار کردن با یک طرح ۵۰ صفحه‌ای آسان‌تر است تا کار کردن روی یک دست‌نوشته‌ی ۵۰۰ صفحه‌ای. طرح را می‌شود با سرعت پنج برابر نوشت، با سرعت ده برابر ویرایش کرد و بخش‌های بزرگی از آن را - بدون ناله و زاری - به راحتی حذف کرد. نگه‌داشتن تکه‌های بزرگ داستان در ذهن، حین کار کردن روی طرح کلی راحت‌تر است تا موقع نوشتن اصل داستان. در این صورت شما باید مطالب کمتری را به خاطر بسپارید.

ایراد روش طرح کلی گرایش الزامی آن به سوی پی‌رنگ (به‌جای شخصیت) است. پس اگر نویسنده‌ی شخصیت‌محوری هستید احتمالاً باید طرح‌تان را کمی بسط دهید و به آن اتوهای دقیقی از شخصیت‌های داستان‌تان بیفزایید. اگر نویسنده‌ای پی‌رنگ‌محور هستید، ممکن است شخصیت‌هایتان را تازه زمانی بشناسید که برای مدتی در داستانی که برایشان چندان مناسب نیست، زندانی بوده‌اند. در این صورت به خودتان می‌آیید و می‌ببید دارید شخصیت‌ها را جوری تغییر می‌دهید که به داستان بیایید. هر وقت چنین



کاری نکنید، با خطر خلق شخصیت‌های دو بُعدی روبه‌رو هستید که به‌زور به خورد داستان رفته‌اند.

رابرت لندلم (هویت بورن) یک نویسنده‌ی معروف پیرو شیوه‌ی طرح کلی بود. گزارش شده که بعضی از طرح‌های کلی او بالغ بر ۱۰۰ صفحه بودند. اگر از هواداران لندلم هستید باید بدانید که پی‌رنگ داستان‌هایش بسیار پیچیده است و با این حال هیچ سرنخی را بدون اینکه بعداً به آن برگردد و تکلیفش را روشن کند به امان خدا رها نمی‌کند.

پیدا کردن الگوی خلاقانه‌ای که برای شما مناسب باشد

هر گر یک راه واحد برای رمان‌نویسی که به درد همه‌ی نویسنده‌ها بخورد وجود نخواهد داشت. هر نویسنده‌ای خاص است و نقاط ضعف و قوت خودش را دارد. شما باید الگوی خلاقانه‌ای پیدا کنید که با استفاده از آن بیشترین بهره را از نقاط قوت‌تان ببرید. اگر چنین کنید داستان‌نویسی برایتان کاری مفرح خواهد بود (حتی در عین سختی). اگر لگویی را انتخاب کنید که ضعف‌هایتان را وارد بازی کند، داستان‌نویسی برایتان کاری تلخ و اجباری می‌شود و ممکن است دست از نوشتن بشوید.



شخصیت‌های متعدد: شخصیت‌نگاری نویسنده

اما نویسنده‌ها به هم شبیه‌ترند تا خیل عطیمی از بوده‌های افراد نابویسنده، مگر نه؟ بویسنده‌ها افراد خلاق و معمولاً بسیار باهوشی‌اند که بیشتر از آنچه باید نگران می‌شوند، اما این به خاطر تمرکز عمیق آن‌هاست، نه؟ نقاط مشترک بویسنده‌ها با هم به قدری زیاد است که می‌شود یک گونه‌ی شخصیتی خاص را برایشان تعریف کرد، درست است؟

در واقع، نه! رندی یک‌بار همراه حدود ۸۰ رمان‌نویس مطرح با آثار چاپ شده به یک همایش ادبی رفت. یک نویسنده درباره‌ی طرح آزمون مایرز بریگز سخنرانی و بعد برگه‌های آزمون را بین آن‌ها توزیع کرد. رندی فکر می‌کرد که بیشتر بویسنده‌ها در تعداد محدودی از دسته‌های منتج از آزمون جای خواهند گرفت. در نهایت تعجب او، هر ترکیب ممکن در آزمون بالاخره شامل یکی از بویسنده‌های جمع می‌شد. رندی یک درون‌گرا،

همه می‌دانند که دنیا پر از آدم‌های مختلف است (آزادی‌خواه و محافظه‌کار، محتاط و بی‌پروا، عمیق و سطحی‌نگر، خلاق و تحلیلی‌گر). اگر قبلاً آزمون شخصیت‌شناسی - مثل آزمون تحلیل شخصیت مایرز بریگز - داده باشید خوب می‌دانید که آدم‌ها در زمینه‌های بسیاری می‌توانند با هم متفاوت باشند (حداقل در زمینه‌هایی که سعی می‌کنند آن‌ها را به نام خاصی بشناسند). از دیدگاهی که آزمون مایرز بریگز بر آن استوار است، چهار عنصر در شخصیت شما دخیل هستند که هر یک از آن‌ها دو حالت اساسی دارد: درون‌گرا یا برون‌گرا، فرض‌گرا یا عمل‌گرا، تفکرگرا یا تجربه‌گرا و قضاوت‌کننده یا پذیرنده. شانزده ترکیب مختلف از این ویژگی‌ها ممکن است و ترکیب خاص شما مطالب زیادی را در موردتان آشکار می‌کند.

فرض گراء، تفکر گرا و پذیرنده است اما یکی از دوستان خویش دقیقاً برعکس اوست: برون گرا، عمل گرا، تجربه گرا و قضاوت کننده. بیشتر یک فرد درون گرا، عمل گرا، تجربه گرا و قضاوت کننده است (خداقل این هفته این طور است). زندگی که مسحور این موضوع شده بود شروع به صحبت با رمان نویسان همکارش کرد تا ببیند آن‌ها برای نوشتن داستان‌هایشان از چه روشی استفاده می‌کنند. او فهمید که الگوهای نوشتاری آن‌ها درست مانند شخصیت‌هایشان متفاوت بود. یعنی چه؟ یعنی هیچ گونه‌ی شخصیتی ثابت و واحدی برای نویسندگان وجود ندارد. تک تک نویسندگان با هم فرق دارند و رویکرد هر کدام‌شان هم نسبت به امر نوشتن متفاوت است. در اینجا هیچ درست و غلطی وجود ندارد؛ فقط همانی که برای شما مناسب است.

در قسمت بعدی خلاصه‌ای از الگوهای نوشتاری خلاقانه را به شما ارائه می‌دهیم. در این قسمت توضیح می‌دهیم که چرا باید به فرایند نوشتن‌تان فکر کنید و کمک‌تان می‌کنیم بهترین شیوه‌ی نوشتاری مناسب خودتان را پیدا کنید.

درک چرایی اهمیت شیوه

شاید از خودتان بپرسید که اصلاً چرا باید به الگوهای نوشتاری خلاق فکر کنید. چرا همین طوری شروع به نوشتن نکنید؟ مشکل این است که "همین طوری نوشتن" خودش یک الگوی نوشتاری است - همان روش غریزی - شاید به کارتان بیاید، شاید هم نه.

الگوهای نوشتاری خلاقانه‌ی شما راهی برای اداره کردن داستان پیش پایتان می‌گذارد و این به سه دلیل یک شاهکار هنرمندانه‌ی بسیار عظیم است:

✓ شخصیت‌ها آدم‌های واقعی هستند و آدم‌های واقعی پیچیده‌اند. برای جزئیات ریز درباره‌ی ساختن شخصیت‌های عمیق به فصل‌های ۷ و ۱۲ مراجعه کنید.

✓ پی‌رنگ شش لایه جزئیات دارد که هر شش لایه باید به درستی در داستان‌تان جریان داشته باشند. برای بررسی دقیق این شش لایه به فصل‌های ۸ تا ۱۰، ۱۳ و ۱۵ مراجعه کنید.

✓ درون‌مایه‌ی رمان شما باید در تمام صفحات داستان‌تان حاضر باشد اما در هیچ کجای داستان به چشم نیاید. احتمالاً تا بعد از تمام شدن پیش‌نویس اولیه نخواهید فهمید که درون‌مایه‌ی داستان‌تان چیست. (اگر درون‌مایه‌تان عالی باشد منتقدان ادبی قرن‌های آینده به شدت ادعا خواهند کرد که خود شما هم هرگز از درون‌مایه‌ی کارتان درک درستی نداشته‌اید.)

ذهن بشر نمی‌تواند مقادیر زیاد پیچیدگی را به‌طور یکجا در خود نگه‌دارد. اکثر آدم‌ها

حداکثر می‌توانند هفت مورد متفاوت ر همزمان در ذهن داشته باشند. اگر بنا باشد مطالب بیشتری را به خاطر بسپارند در ذهن‌شان طبقاتی می‌سازند و مطالب اضافی را در آن طبقات قرار می‌دهند.

چهار الگوی نوشتاری‌ای که در این فصل درباره‌شن سخن رفت چهار شیوه‌ی رایجی هستند که رمان‌نویسان برای اینکه از پس پیچیدگی‌های ویران‌کننده‌ی یک رمان برآیند به آن‌ها متوسل می‌شوند. وقتی شما الگوی نوشتاری خلاقانه‌ی مناسب خودتان را پیدا کنید، به عنوان یک نویسنده، امتیاز رقابتی بالایی خواهید داشت. طبق تجربه‌ی ما دلیل اصلی ناتوانی نویسندگان با استعداد در تمام کردن رمان‌هایشان، استفاده از الگوی نوشتاری نامناسب است.

ایجاد الگوی نوشتاری خلاقانه‌ی خودتان

چه دلتان بخواهد چه نخواهد، شما باید یک الگوی نوشتاری خلاقانه برای نوشتن رمان‌تان انتخاب کنید. سؤال این است که کدام شیوه کمک‌تان خواهد کرد تا لایه‌های رمان‌تان را داره کنید و بهترین داستان ممکن را بنویسید. در اکثر موارد آسان‌ترین روش برای شما، مناسب‌ترین روش هم هست، چون چنین روشی نقاط قوت طبیعی‌تان را وارد بازی می‌کند. اما شیوه‌ی انتخابی چه سخت باشد چه آسان، تنها چیزی که مهم است این است که الگوی انتخابی بهتر از هر الگوی دیگری جوابگوی نیازتان باشد. آخرسر هیچ‌کس نمی‌داند یا اهمیتی نمی‌دهد که شما رمان را چگونه بنویسید؛ تنها چیزی که برای دیگران مهم است این است که آیا رمان شما آن‌ها را به یک تجربه‌ی حسی قوی مهمان می‌کند یا خیر.



اکثر نویسندگان حرفه‌ای الگوی نوشتاری مناسب خود را در اوان فعالیت‌شان پیدا می‌کنند و به آن وفادار می‌مانند. در موارد معدودی که ما دیده‌ایم نویسنده‌ای تلاش می‌کند الگوی نوشتاری‌اش را تغییر دهد نتایج فاجعه‌بار بوده است. اگر تازه‌کار هستید الان وقت آن است که به تمام الگوها نگاهی بیندازید، امتحان‌شان کنید و یکی از آن‌ها را که جوابگوی نیازتان است برگزینید.

جدول ۴-۱ می‌تواند در تصمیم‌گیری درباره‌ی شیوه‌ی مناسب شما کمک‌تان کند (ما تمام این شیوه‌ها را قبلاً با دقت در قسمت "الگوهای خلاقانه: بررسی شیوه‌های نوشتاری گوناگون" و "کاویده‌ایم"، الگویی که برایتان بیشترین جذابیت را دارد امتحان کنید و ببینید که آیا کارتان به خواننده یک تجربه‌ی حسی قوی (که معیار سنجش رمان است - برای جزئیات بیشتر به فصل ۲ مراجعه کنید) می‌دهد یا خیر. اگر چنین است که شما الگوی مناسب‌تان را یافته‌اید. اگر نه سعی کنید ویژگی‌های شیوه‌ای را که از نظر جذابیت برایتان در رتبه‌ی دوم است ترکیب کنید یا الگوی خلاقانه‌ی خودتان را اختراع کنید. اجازه ندهید کسی به شما دیکته کند که باید از کدام الگو برای نوشتن رمان‌تان استفاده کنید.

جدول ۴-۱ انتخاب الگوی نوشتاری خلاق مناسب				
سؤال	عریزی	ویرایش همزمان	دانه‌برفی	طرح کلی
آیا ترجیح می‌دهید از فصل برنامه‌ریزی کنید یا ناگهان شروع کنید؟	شروع ناگهان	شروع ناگهان	برنامه‌ریزی (به‌مدت شروع ناگهان)	برنامه‌ریزی
آیا ترجیح می‌دهید هر قسمت را پیش از نوشتن قسمت بعدی کامل کنید یا با رها کردن بقص‌ها مشکلی ندارید؟	با رها کردن مشکلی ندارم	اول کامل می‌کنم	با رها کردن مشکلی ندارم	اول کامل می‌کنم (ممکن است یک طرح کلی مورد دار بپسوسید و پیش از شروع به نوشتن ایرادات صرح را در پیش‌نویس دیگری از آن برطرف کنید)
آیا از مرتب کردن آن لذت می‌برید یا تخمش می‌کنید؟	مستمر، تخم می‌کنم، یا لذت می‌برم	تخمل می‌کنم یا لذت می‌برم	تخمل می‌کنم	لذت می‌برم
سؤال	عریزی	ویرایش همزمان	دانه‌برفی	طرح کلی
آیا شما تکرر خطی دارید، یا دوست دارید برای داستان‌تان به ایده‌های تصدقی فکر کنید و بعد همه‌شان را با هم در یک ایده‌ی کلی جمع کنید؟	معمولاً خطی (داستان را به ترتیبی که اتفاق می‌افتد می‌نویسید)	حصی	خطی یا تصدقی	خطی یا تصدقی (ممکن است صحنه‌ها را به‌صورت تصدقی حقی کنید و بعد آن‌ها را جبه‌جا کنید)
آیا ترجیح می‌دهید اول نمای کلی را محسم کنید و بعد روی جزئیات کار کنید یا ترجیح می‌دهید اول به جزئیات فکر کنید و بعد نمای کلی را در نظر آورید؟	اول جزئیات	اول جزئیات	اول نمای کلی	معمولاً اول نمای کلی

استفاده از الگوهای نوشتاری برای نوشتن داستان‌های کوتاه‌تر و فیلمنامه

استفاده از هر کدام از الگوهای نوشتاری احتمالاً مشکلی با نوشتن داستان کوتاه نخواهید داشت. اصلاً در داستان کوتاه آن قدری مطلب برای ادا کردن ندارید. داستان کوتاه فقط چند تا شخصیت دارد و معمولاً از چیزی بین چهار تا پنج لایه ساختار داستانی تشکیل می‌شود.

✓ **فیلمنامه:** یک فیلمنامه معمولاً حدود ۱۰۰ صفحه یا بیشتر است و از لحاظ پیچیدگی به رمان شباهت بیشتری دارد (هم از نظر تعدد شخصیت‌ها و هم تعداد لایه‌های ساختار داستانی‌اش). بنابراین ما بر این باوریم که شما برای نوشتن فیلمنامه باید از همان الگوی نوشتاری‌ای پیروی کنید که برای نوشتن رمان به کار می‌برید.

دیگر انواع داستان - مثل داستان کوتاه و فیلمنامه - چه؟ آیا برای آن‌ها هم به الگوی نوشتاری خلاقانه نیاز داریم؟ اگر بله، آیا این الگو همانی است که در رمان‌نویسی به کار می‌رود؟ رمان تعداد زیادی شخصیت و شش لایه ساختار داستانی دارد و اداره‌ی همه‌ی این‌ها با هم در ذهن بسیار دشوار است؛ شما الگوی نوشتاری خلاقان را انتخاب می‌کنید تا به شما در کنترل تمام این پیچیدگی‌ها، به مناسب‌ترین شکل برای شخصیت و ذهنیت‌تان، کمک کند. بنابراین با توجه به آنچه گفته شد، ما در ادامه نظرمان را راجع به استفاده از الگوهای نوشتاری خلاق در دیگر حوزه‌های داستانی توضیح می‌دهیم:

✓ **داستان کوتاه:** ما معتقدیم که شما با

استفاده از الگوی نوشتاری خلاقانه برای پیدا کردن ساختار داستانی‌تان

ساختار داستانی یک رمان نوگرا دارای شش لایه‌ی ژرف است و شما باید جوری از پس هر لایه بر آیید که مسیرتان در هر مرحله واضح باشد (برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی این لایه‌ها به فصل‌های ۸ تا ۱۰ و ۱۳ تا ۱۵ مراجعه کنید). خواننده‌ی شما باید همیشه بداند که شخصیت‌ها فکر می‌کنند داستان قرار است به کجا برسد و چرا؛ به این ترتیب شما همیشه باید بدانید داستان دارد به کجا می‌رود و چرا و اینکه چطور قرار است سنگ زیر پای شخصیت‌ها بیدازید تا آن‌ها و خواننده‌ها را با هم غافلگیر کنید. ممکن است در پیش‌نویس اول این موضوع را درک نکنید اما وقتی به نسخه‌ی نهایی برسید کاملاً آن را خواهید فهمید.

مشکل این است که رمان شما برایتان به قدری پیچیده است که نمی‌توانید تمام شش لایه‌ی ساختمان آن را در یک مرحله درک کنید. باید رمان را گام به گام هضم کنید؛ اول یک لایه از ساختار آن را درک کنید، بعد لایه‌ی بعدی و بعدی... و در نهایت تمام لایه‌ها را با هم معنا کنید. این کار زمان و زحمت زیادی می‌برد؛ به هم چسبانیدن تمام لایه‌ها در تلاش اول غیرممکن است. در نتیجه شما باید چندین بار تلاش کنید و هر بار اجزای رمان‌تان را به نحوی بچینید که

لایه‌های گوناگون آن بهتر به هم چفت شوند. می‌توانید این کار را به‌ترتیبی که دوست دارید انجام دهید؛ این بستگی به روشی دارد که برایتان مناسب‌تر است.

هر کدام از الگوهای نوشتاری‌ای که در بخش‌های پیشین از آن‌ها سخن رفت، برای کنار هم قرار دادن لایه‌های ساختار داستانی طراحی شده‌اند و بناست به رفع ایرادات و اصلاح قسمت‌های ناهمگون کمک کنند. این کار باید آن‌قدر ادامه پیدا کند تا داستان در تمام لایه‌های ساختاری‌اش جریان درستی داشته باشد. این فرایند در هر کدام از الگوهای نوشتاری به شکل‌های زیر است:



✓ **الگوی غریزی:** کار در شیوه‌ی نوشتاری غریزی با جزئیات ساده شروع می‌شود. این جزئیات در تک‌تک سطرها و بندهای نوشته به‌خوبی جریان دارند. اما داستان ممکن است در سطوح بالاتر ساختمان خود - یعنی صحنه‌ها و رخدادها - درست از آب در نیاید. بنابراین نویسنده باید کل داستان را در مرحله‌ی ویرایش بازبینی کند تا آن دسته از صحنه‌ها و رخدادها را به‌شکلی شفاف و در جهتی بامعنی تنظیم کند. این روش جزء به کل (یا صعودی) است.

✓ **الگوی ویرایش همزمان:** روش ویرایش همزمان هم با جزئیات شروع می‌شود. اما پس از نوشتن یک صحنه، نویسنده به عقب برمی‌گردد و آن را ویرایش می‌کند و به این می‌اندیشد که این صحنه چطور با سایر صحنه‌های پیش از آن تناسب دارد. اگر لازم باشد که بعضی از صحنه‌های پیشین کمی اصلاح شوند، الان وقت خوبی است. بعد از اینکه صحنه بالاخره کامل شد، داستان - تا به اینجا - به‌عنوان یک کل واحد مفهوم درستی دارد. اگر همه چیز خوب پیش برود، در پایان داستان همچنان همه چیز مفهوم درستی خواهد داشت.

✓ **الگوی دانه‌برفی:** این شیوه با نمای کلی داستان آغاز می‌شود، که معمولاً خط داستانی اصلی و بعد از آن ساختار سه‌پرده‌ای است. پس از ارائه‌ی نمای کلی، نویسنده خلاصه‌ی داستان را آماده می‌کند و بعد صحنه‌ها را اضافه می‌کند تا جزئیات کامل شوند. اگر هر کدام از این کارها نمای کلی داستان را تغییر دهد، نویسنده خط داستانی و ساختار سه‌پرده‌ای را ویرایش می‌کند. بعد از چند بار پس و پیش کردن به این روش، می‌توان نوشتن پیش‌نویس اولیه را آغاز کرد. نویسنده باید هنگام نوشتن مدام داستان را چک کند تا مطمئن باشد که نمای کلی آن همچنان صدق می‌کند و در صورتی که لازم باشد باید تغییراتی ایجاد کند تا داستان در مسیر اصلی خود باقی بماند. در پایان پیش‌نویس اولیه، داستان باید ساختار درستی داشته و فقط به اصلاحات جزئی نیازمند باشد. این روش کل به جزء (یا نزولی) است.

✓ **الگوی طرح کلی:** در این روش شما کار را با نمای کلی آغاز می‌کنید و از طریق

آن خط داستانی و ساختار سه‌پرده‌ای را می‌سازید. به‌محض اینکه این بخش‌ها با هم جفت شوند، خلاصه‌ی داستان و ترتیب صحنه‌ها را طراحی می‌کنید. تا این لحظه کارتان بسیار شبیه به الگوی دانه‌برفی بوده است. اما این دفعه خلاصه‌داستانی که می‌نویسید باید - به‌جای پیش‌نویس ساده - کامل و بلند باشد. در خلاصه‌ی طولانی باید به اکثر ایده‌های داستان بپردازید اما به‌حای نمایش صحنه‌ها باید آن‌ها را گزارش کنید. بعد از اینکه کارتان با خلاصه‌ی طولانی تمام شد، اگر داستان مشکلی نداشته باشد، کارتان را روی پیش‌نویس اولیه شروع می‌کنید. در پایان پیش‌نویس اولیه، شما داستان ساختارمندی در دست دارید که فقط ویرایش‌های جزئی می‌خواهد.

مدیریت زمان... و خودتان

.....
در این فصل

◀ برنامه‌ریزی برای کار

◀ چیدن فضایی الهام‌بخش برای نوشتن

◀ مدیریت پولی
.....

شما برای کسب موفقیت در حرفه‌ی نویسندگی به سه منبع اصلی نیاز دارید: زمان، فضای مناسب نوشتن و پول. اگر می‌خواهید یک رمان نویس موفق باشید باید این منابع را عاقلانه به کار ببندید. در طول حرفه‌ی نویسندگی‌تان باید مدام در حال بهبود خودتان در تمام این سه حوزه باشید اما بالاخره باید از یک جا شروع کنید.

در این فصل ما تمام سه منبع مذکور را واکاوی می‌کنیم. ابتدا با منبعی شروع می‌کنیم که هیچ‌کس نمی‌تواند آن را افزایش دهد: زمان. با وجود گزارش‌های ضد و نقیض موجود، همچنان فقط ۲۴ ساعت در روز، ۷ روز در هفته و ۵۲ هفته در سال وجود دارد! اما پیدا کردن زمان کافی برای نوشتن با مدیریت دقیق و مداوم زمان (و خودتان) امکان‌پذیر است. در این فصل ما اهمیت فضای کار را هم توضیح می‌دهیم و در پایان به توضیح مختصری درباره‌ی مدیریت مالی می‌پردازیم.

زمانی برای نوشتن

نوشتن فعالیتی زمان‌بر است و در عین حال هنری است که هرچه بیشتر وقت صرف آن شود، بیشتر پیشرفت می‌کند. ما تضمین می‌کنیم که اگر شما زمانی را صرف یادگیری، تمرین و گرامی داشتن فن نویسندگی‌تان کنید، نویسنده‌ی بهتری خواهید شد؛ و نویسنده‌های بهتر، بیشتر، شانس چاپ آثارشان را – در جایگاه‌های با کیفیت‌تری – دارند.

اگر نوشتن را فقط به خاطر لذتی که از آن می‌برید انتخاب کرده‌اید نیازی نیست نگران برنامه‌ریزی متناوب یا زمان‌بندی روزهایتان باشید تا زمانی برای این کار خالی شود. اما



اگر می‌خواهید کتب چاپ کنید - یا در هنر خود پیشرفت کنید تا درآمد یا حق‌التألیف بالاتری از ناشر بگیرید - باید زمان قابل توجهی را به نوشتن اختصاص دهید.

تعیین یک هدف نویسندگی و وفادار ماندن به آن، هدفی برای این هفته و امسال

ویلیام فاکنر یک روز گفت "من زمانی می‌نویسم که روح [نوشتن] تکانم دهد و روح هر روز تکانم می‌دهد". اگر هدف نهایی‌تان این است که یک رمان‌نویس حرفه‌ای شوید، بنابراین بالاخره زمانی فرا می‌رسد که شما هر روز بنویسید، اما نویسندگان معدودی کارشان را از ابتدا به این شکل آغاز می‌کنند. وقتی هنوز در اول راه هستید احتمالاً نمی‌توانید هر روز بنویسید زیرا وظایف دیگری هم دارید، اما باید هر هفته - شاید یکی دو مرتبه - بنویسید. می‌پرسید چرا؟ چون به این زمان نیاز دارید تا روی ابرارهای این فن تمرکز کنید و مهارت‌های نوشتاری‌تان را بهبود بخشید.

این‌ها توصیه‌ی ما به شما برای کار گذاشتن زمانی برای نوشتن در هر هفته است:



۱. تعیین یک هدف نویسندگی مشخص.

طبق تجربه‌ی ما بهترین کاری که می‌توانید انجام دهید این است که هر هفته زمان اندکی را صرف نوشتن کنید و به همین صورت - باثبات قدم - ادامه دهید تا زمان نوشتن‌تان زیاد شود. با این کار شما قدر موفقیت‌های کوچک و نارس خود را در جاده‌ی نویسندگی می‌دانید. می‌توانید کارتان را با - مثلاً - نیم تا یک ساعت در هفته شروع کنید. بعدتر می‌توانید هدف‌تان را این تعریف کنید که سه ساعت در هفته را به صورت مفید به نوشتن اختصاص دهید یا روزی پنج صفحه یا ۷۰۰ کلمه بنویسید. حواس‌تان باشد که هر هدفی که برمی‌گزینید، هم قابل اندازه‌گیری باشد و هم دست‌یافتنی.

۲. هدف‌تان را بنویسید.

پژوهش‌ها نشان می‌دهد افرادی که اهداف‌شان را می‌نویسند شانس بیشتری برای دستیابی به آن‌ها دارند تا افرادی که اهداف خود را یادداشت نمی‌کنند. هدف خود را روی یک تکه کاغذ بنویسید و آن را به دیوار یا صفحه‌ی نمایشگر کامپیوترتان بچسبانید یا آن را در فهرست کارهای انجام دادنی‌تان (یا در نرم‌افزار برنامه‌ریزی‌تان) وارد کنید. هدف نوشته شده‌ی شما ممکن است به این صورت باشد: "این هفته، من یک ساعت را به نوشتن اختصاص خواهم داد. در این یک ساعت ۲۰۰ کلمه خواهم نوشت و برایم هم مهم نیست چیزی که می‌نویسم چرت و پرت‌ترین نوشته‌ام تا به حال باشد. دست از کار نمی‌کشم تا به این هدف برسم."



۳. وقتی را برای تلاش در جهت رسیدن به هدف‌تان کنار بگذارید.

اگر نمی‌دانید که باید از کجا وقتی برای نوشتن پیدا کنید، فهرستی از تمام کارهای غیراجباری خود در یک هفته فراهم کنید. تخمین بزنید که چند ساعت را صرف هر کدام از کارهای زیر می‌کنید:

- تماشای تلویزیون
- خواندن مجله یا روزنامه
- اینترنت‌گردی
- وقت‌گذرانی با دوستان
- انجام کارهای غیرضروری مربوط به شغل، درس و خانواده
- انجام دیگر فعالیت‌ها محض تفریح

بعضی از این فعالیت‌ها احتمالاً بین یک تا ده ساعت از زمان شما را در هر هفته می‌بلعند؛ شاید هم بیشتر. حالا قسمت سختش اینجاست: باید بعضی از این کارها را با نوشتن معاوضه کنید. با گام‌های کوچک شروع کنید و چند ماه زمان به خودتان بدهید تا به تدریج از فعالیت‌هایی که برایتان عادت شده‌اند و کمتر انجام دادن آن‌ها ضرری ندارد، دل بکنید. شاید برای هفته‌ی اول بتوانید چهارشنبه‌شب‌ها یک ساعت کمتر جلوی تلویزیون بنشینید.

از دزدیدن زمان خواب برای نوشتن پرهیز کنید و قید ورزش کردن را هم نزنید. نوشتن یک فعالیت سکون‌آور و انزوایی نیست؛ نوشتن فعالیتی گیاهی است. شما نباید از نظر جسمانی از هم پاشید. به همین خاطر فکر کم کردن زمان خواب و ورزش را از سرتان بیرون کنید.



۴. به هر کسی که باید بدانید خبر بدهید.

این فرد ممکن است همسر، شریک، فرزند، پدر و مادر، همکار یا کارگرتان باشد. به همه‌ی کسانی که ممکن است در کارتان و در مسیر نیل به هدف‌تان خلل یا وقفه ایجاد کنند اطلاع دهید که می‌خواهید چه کنید (همچنین این کار را برای این انجام می‌دهید که پس‌فردا کسی از خودش نپرسد چرا شما دیگر هر هفته با بچه‌ها به کافه نمی‌روید).

۵. کسی را پیدا کنید که برای رسیدن به هدف‌تان روی شما حساب باز می‌کند.

اگرچه ممکن است شما کاملاً قادر به تعیین هدف و با فشاری در مسیر نیل به آن باشید، داشتن یک نفر دیگر (یک دوست، همکار، همسر و ...) که به شما اطمینان دارد و روی‌تان حساب باز می‌کند، می‌تواند در شما ایجاد انگیزه کند.



یک نسخه از هدفی را که برای خود تعیین کرده‌اید به این فرد بدهید و از او بخواهید هر از چند گاهی ببیند که آیا شما به عهدهایتان وفادار هستید یا نه. ببینید می‌توانید یک ساز و کار طراحی کنید که در آن شما متعهد شوید در صورت ناتوانی در رسیدن به یک هدف خاص جریمه بدهید. جریمه باید فقط یک ژتون پیش پا افتاده باشد، بلکه باید چیزی باشد که حاضرید هر کاری برای فرار از انجام یا تهیه‌ی آن بکنید.



رَندی زمانی یک رفیق نویسنده داشت که چنین شرطی بست: هر هفته‌ای که او نمی‌توانست مشق نویسندگی‌اش را انجام دهد باید ۵۰ دلار پول می‌داد. دوست رَندی تازه فوق‌لیسانس گرفته بود و یک کار کم‌درآمد داشت و آهی در بساطش نبود؛ به همین دلیل پرداخت ۵۰ دلار خیلی برایش دشوار بود. او به‌ندرت از انجام تکلیفش باز می‌ماند. حدس می‌زنید آخرش چه شد؟ او در مکالمه‌ی تلفنی اخیرش با رَندی داشت به ذوق از جلد ریای کتاب ششم‌اش حرف می‌زد که ناشر برایش ارسال کرده بود.

وقتی حدود یک ماه از شروع کار مداومتان، به مدت یک ساعت در هفته، گذشت، زمان کار را کمی زیاد کنید و آن را (مثلاً) به دو ساعت در هفته برسانید. توصیه می‌کنیم که نویسنده‌ها در اولین سال نویسندگی‌شان زمان کار خود را به پنج ساعت در هفته برسانند. نویسنده‌های باتجربه‌تر معمولاً حداقل ۲۰ ساعت در هفته را صرف نوشتن می‌کنند و زمانی را که نویسنده‌های کارگشته به نوشتن اختصاص می‌دهند از این هم بیشتر است.

هر دفعه همین روند را انجام دهید: هدف خود را از نو تعریف و یادداشت کنید. ببینید برای داشتن وقت بیشتر از چه فعالیتی می‌توانید صرف‌نظر کنید. به آن‌هایی که باید از این موضوع خبر داشته باشند، درباره‌ی هدف جدیدتان توضیح دهید و در پایان به کسی که می‌تواند جریمه‌ی نرسیدن به هدف را از شما بستاند تعهد دهید.

در کارتان پافشاری کنید و به برنامه‌ریزی خود وفادار بمانید، اما اگر یک هفته نتوانستید کار کنید خودتان را شکنجه نکنید. فقط تلاش کنید هفته‌ی آینده خودتان را به‌جایی که باید برسانید. فرقی نمی‌کند سرتان چقدر شلوغ است؛ باید بتوانید با جابه‌جا کردن برنامه‌های آزاد خود و اختصاص دادن زمانی به هدف‌گذاری، برای نوشتن وقت بتراشید. شما که به هر حال از آن وقت استفاده می‌کنید، پس فقط قرار است نحوه‌ی استفاده از آن را تغییر دهید.

اگر کارهایی را که گفته شد انجام دهید، می‌توانید نویسنده‌ی بهتری شوید. واقعاً کار نیکو کردن از پُر کردن است. هدف اصلی شما هم این است که نویسنده‌ی بهتری باشید و هرچه بیشتر بنویسید، نویسنده‌ی بهتر می‌شوید.



تنظیم وقت

یک مثل قدیمی می‌گوید: اگر شما افسار زمان را در دست نگیرید زمان سوارتان می‌شود. یکی از بهترین راه‌ها برای مدیریت برنامه‌هایتان این است که روزها را به بسته‌های زمانی تقسیم کنید و هر بسته را به کار خاصی اختصاص دهید. مثلاً بسته‌ی زمانی اول روز (بعد از دوش گرفتن و صبحانه) می‌تواند صرف خواندن و پاسخ دادن به ای‌میل‌ها شود. بسته‌ی دوم می‌تواند صرف رفتن به کتابخانه و پژوهش یا صرف نوشتن شود. شما باید تصمیم بگیرید که هر بسته‌ی زمانی چقدر طول می‌کشد و چه کارهایی در هر بسته جای می‌گیرد.

بسته‌ی زمانی مخصوص نوشتن را برای هر وقتی از روز که مناسب می‌دانید در نظر بگیرید. برای این کار وقت‌های مختلفی را امتحان کنید تا ببینید چه وقت انرژی، تمرکز و ایده‌های بیشتری دارید.



تعداد زیادی از کارها هستند که برای دریافت توجه نویسنده‌ها با هم رقابت می‌کنند (از گذاشتن زباله‌ها سر کوچه گرفته تا تماس‌های تلفسی، خواندن کتاب‌های موجود در ژانر تخصصی او و شرکت در بازی فوتبال دوستانه). تهیه‌ی فهرست اولویت‌ها کمک می‌کند که فعالیت‌های غیرنوشتاری زمان مخصوص نوشتن را کُش نزنند. فهرست اولویت‌ها کمک‌تان می‌کند تشخیص دهید روزانه چه کارهایی را به چه ترتیبی باید انجام دهید. پیتر اصلاً یک دفترچه یادداشت جیبی مخصوص این‌جور فهرست‌ها دارد.

ایده‌ی فهرست اولویت‌ها این است که مهم‌ترین کارهای شما در هر روز کاری، مرکز توجه باشند و مقدم شمرده شوند (نه اینکه یک فهرست قر و قاطی از تمام کارهایی که سال آینده باید انجام دهید داشته باشید). فهرست کاربردی اولویت‌های شما نباید بیش از هفت تا ده مورد باشد. کارها را، به ترتیب اهمیت‌شان، دقیقاً تشریح کنید هم‌زمان با انجام کارها، آن‌هایی را که تمام شده‌اند خط بزنید.



نگاهی به ابزارهای مدیریت زمان

در بسیاری از نرم افزارهای پیشنهادی حوه (مثل outlook) دارید. در ضمن شما می توانید چیس نرم افزارهایی را روی اینترنت جستجو کنید و گزینه های دیگری پیدا کنید. سعی کنید کارتان را پیچیده نکنید؛ کمتر نویسنده ای به ویژگی های یک بسته ی نرم افزاری تمام و کمال نیاز دارد. در بهترین حالت، هر نرم افزاری که استفاده کنید، بدون اینکه لازم باشد کار اضافه ای انجام دهید، هر روز صبح با روشن شدن کامپیوترتان روی نمایشگر بالا می آید و کارهایی را که باید انجام دهید نشان می دهد. یک ساز و کار ساده پیدا کنید که کارتان را راه می اندازد و (مهم تر از همه) حتماً از آن استفاده می کنید.

برای تسهیل مدیریت زمان ابزارهایی وجود دارد که شامل موارد زیر می شوند:

✓ **سررسیدها و روزنگارهای شخصی:** این ابزارهای کاغذی اساساً تقویم هایی کت و کتف هستند قابل حمل اند، استفاده و به روز کردن شان راحت است و باتری لازم ندارند.

✓ **روزنگارهای الکترونیکی قابل حمل:** بسیاری از تلفن های همراه و دستگاه های دیجیتال جیبی دارای برنامه های مدیریت زمان هستند مثلاً آیمون تولید شرکت اپل برنامه های زمان بندی متعددی با اسامی گوناگون (To-Do's, iProcrastinate, Mobile, Toodledo) دارد.

✓ **نرم افزارهای کامپیوتری:** شرکت های مایکروسافت و اپل فهرست های ساده ای

فهرستتان را در آغاز هر روز مرور کنید تا درک بهتری از کارهای مربوط به آن روز و ترتیب انجام آنها، پیدا کنید. هر تغییری که لازم است ایجاد کنید تا فهرست به روز شود. آیا کاری هست که در فهرست نباشد؟ آیا کارهایی در فهرست هستند که دیگر لازم نیست انجام شوند و باید حذف شان کنید؟ آیا ترتیب کارها درست است؟ آیا اهمیت یکی از کارها از بقیه بیشتر شده است؟ سعی کنید فهرستتان متمرکز و جاری باشد و حتماً هم از آن استفاده کنید.

در برابر وسوسه ی جلو انداختن کارهای آسان تر - و کم اهمیت تر - مقاومت کنید. می پرسید چرا؟ چون در این صورت هیچ وقت نوبت به انجام مهم ترین کارها نمی رسد. با وجود این، اگر یک وقت دیدید در انجام یک کار خیلی مهم و مانده اید و انگیزه و توان به سرانجام رساندن آن را ندارید، کار مهم بعدی را روی فهرست خود پیدا کنید و آن را انجام دهید. با انجام یک کار دیگر شاید جان تازه ای بگیرید و با نیرویی مضاعف دوباره سراغ کار قبلی بروید.



چیدمان محیطی ایده آل برای نوشتن

چرا برای نوشتن به یک محیط خلاق نیاز دارید؟ می شود همیشه طوری به یک

کافی شاپ بروید و کامپیوتر همراهتان را روی میز بگذارید و شروع کنید؟ چرا البته که می‌توانید. در این صورت کافی شاپ بخشی از فضای نوشتن شماست. اما یک بخش دیگر از این فضا کامپیوترتان است. هر فضای نوشتنی دارای سه بخش اساسی است:

✓ میز تحریر (یا میز معمولی، یا هر سطح صاف دیگر)

✓ صندلی

✓ کامپیوتر (یا یک دفتر و خودکار یا مداد)

اگر می‌توانید یک میز و صندلی ر در کافی شاپ اشغال کنید اشکالی ندارد؛ اما این در صورتی است که صاحب مغازه مشکلی با کار شما نداشته باشد. (البته بعید است بتوانید یک کامپیوتر هم از کافی شاپ کش بروید!)

فرقی نمی‌کند چه کسی فضای کارتان را فراهم می‌کند؛ فقط اطمینان حاصل کنید که این فضا به کار نوشتن‌تان اختصاص دارد. همه‌ی آدم‌ها دچار عادات می‌شوند. اگر جایی داشته باشید که بتوانید در آن به خلاق بودن عادت کنید، خلاق بودن برایتان آسان خواهد شد.



تهیه‌ی بهترین سطح برای نوشتن

هر نویسنده‌ای به سطحی نیاز دارد تا روی آن بنویسد. اگرچه ممکن است یک دفتر بزرگ یا یک لپ‌تاپ که روی رانوهایتان قرار گرفته است جوابگوی نیازتان باشد، اما این حالت فقط برای نوشتن ایده‌هایی که ناگهان به ذهن‌تان الهام می‌شوند مناسب است. بالاخره به سطح صاف و راحتی نیاز دارید که بتوانید بی‌دغدغه برای زمانی طولانی روی آن بنویسید. برای اکثر آدم‌ها یک میز (تحریر) این نقش را ایفا می‌کند. سعی کنید میزتان ارتفاع استاندارد داشته باشد، نه خیلی بلند و نه خیلی کوتاه. (کارشناسان بهداشت کار معمولاً می‌گویند که مچ دست باید هنگام تایپ صاف باشد و به جهت خاصی متمایل نباشد. از این طریق می‌توانید بفهمید که منظور از ارتفاع زیاد یا کم چیست.)

اگر در خانه آپارتمان یا سوئیت شما جای کافی وجود ندارد می‌توانید از میز ناهارخوری به عنوان یک سطح عالی برای نوشتن استفاده کنید. اگر در منزل جای کافی برای میز تحریر دارید، میزی انتخاب کنید که کشو یا قفسه داشته باشد و کیفیتش طوری باشد که بیش از چند ماه دوام بیاورد.

اگر واقعاً از نظر مکان در مضيقه هستید - شاید در یک سوئیت نقلی زندگی می‌کنید یا محیط زندگی‌تان با چندین نفر دیگر مشترک است - چندین سطح تخصصی برای



نوشتن وجود دارند که می‌توانید از آن‌ها استفاده کنید، مثلاً می‌توانید یک میز تاشو بخرید که قابلیت نصب روی دیوار را دارد. این‌طور چیزها جوری طراحی شده‌اند که به هنگام نیاز، آماده‌ی استفاده هستند و در عین حال وقتی لازم‌شان ندارید توی دست و پایتان نخواهند بود. به‌جای میز تاشو می‌توانید میز مخصوص لپ‌تاپ هم بخرید. این نوع میزها به راحتی قابل استفاده‌اند و می‌توانید با خودتان همه جا ببریدشان.

پیدا کردن صندلی مناسب

اگر تا به حال در محیط دفتری کار کرده باشید حتماً می‌دانید زمانی که مجبورید برای مدتی طولانی در حالت نشسته بمانید، صندلی چقدر در راحتی بدن‌تان تأثیرگذار است. این را هم از ما بپذیرید که، نویسنده قرار است مدت زیادی بنشیند، دانستن این موارد در دفعه‌ی بعدی که یک صندلی را با هزار بدبختی می‌خرید یا قرض می‌کنید به کارتان خواهد آمد:

- ✓ مراقبت مناسب از قسمت‌های بالایی و پایینی کمر
- ✓ پشتی قابل تنظیم
- ✓ بالشت نشیمن راحت
- ✓ فضای کافی برای ران‌ها و باسن
- ✓ دسته‌های روکش دار و قابل تنظیم
- ✓ پدیه‌ی پنج‌پر و چرخ‌دار

انتخاب کامپیوتر (در صورتی که بخواهید)

بسیاری از نویسندگان امروزی برای تمام فعالیت‌های نوشتاری خود از کامپیوتر استفاده می‌کنند و برای آن‌ها کامپیوتر جایی است که در آن همه چیز اتفاق می‌افتد. می‌پرسید چر باید از کامپیوتر استفاده کرد؟ به خاطر اینکه کامپیوتر به شما اجازه می‌دهد موارد زیر را انجام بدهید:

- ✓ تغییر و اصلاح راحت نوشته‌ها
- ✓ دانستن شمار واژگان
- ✓ تبدیل دست‌نوشته به نوع فایلی که می‌توانید آن را به راحتی و با سرعت، از طریق ای‌میل، به هر جای دنیا بفرستید
- ✓ انجام تحقیق اینترنتی

✓ راحتی در افزودن عکس یا دیگر موارد بصری به متن (این مورد به ندرت در متن واقعی رمان لازم می‌شود اما زمانی که دارید برای شخصیت‌پردازی تحقیق می‌کنید یا اتود می‌زنید به درد می‌خورد)

✓ ذخیره و انتقال هزاران صفحه متن روی یک حافظه‌ی کوچک

همه‌ی نویسنده‌ها برای نوشتن رمان، داستان کوتاه، یا دیگر آثار داستانی از کامپیوتر استفاده نمی‌کنند. خیلی از نویسنده‌ها هستند که معتقدند نوشتن با دست - با استفاده از قلم و کاغذ - یا حتی استفاده از یک ماشین تایپ قدیمی بخش مهمی از فرایند نویسندگی‌شان است. اگر شما جزو این دسته‌اید، عالی است؛ همان کاری را نکنید که در برانگیختن خلاقیت‌تان بیشترین تأثیر را دارد. اما دست‌خط شما هر چقدر هم که خوب باشد، همچنان به یک نسخه‌ی تایپ شده از کارتان نیاز دارید که آن را به نماینده‌ی ادبی‌تان بدهید تا او داستان شما را در همایش‌ها ارائه کند. اگر نمی‌خواهید تایپیست استخدام کنید، به احتمال زیاد باید یک کامپیوتر داشته باشید.

خوشبختانه کامپیوترهای امروزی سریع، کارآمد و به شکل عجیبی - از نظر مالی - در دسترس‌اند. در ادامه بعضی از مواردی را که باید هنگام خرید کامپیوتر در نظر داشته باشید ذکر کرده‌ایم:

✓ اگر می‌خواهید کامپیوترتان را همراه خود ببرید - اگر بیرون از خانه می‌نویسید این مورد ضرورت دارد - باید لپ‌تاپ بخرید. اگر می‌خواهید همیشه در خانه یا دفتر کارتان بنویسید، کامپیوتر احتمالاً گزینه‌ی مناسبی برای شماست.

✓ اگر کامپیوتر می‌خرید، سعی کنید بزرگ‌ترین صفحه‌ی نمایشگری که توانایی خریدش را دارید، انتخاب کنید. فکر نمی‌کنیم دوست داشته باشید برای دیدن متن زیباتان روی صفحه مجبور شوید چشم‌هایتان را ریز کنید. بیشتر لپ‌تاپ‌ها کوچک‌تر از کامپیوترها هستند؛ پس اگر لپ‌تاپ بخرید، در واقع قابل حمل بودن را با کیفیت تصویر معاوضه کرده‌اید. البته همیشه این امکان را دارید که لپ‌تاپ خود را به یک نمایشگر بزرگ‌تر وصل کنید تا از هر دو نوع فناوری بهره‌مند شوید.

✓ روی یک نرم‌افزار پردازشگر حروف سرمایه‌گذاری کنید. نرم‌افزار وُرد مایکروسافت، رایج‌ترین گزینه‌ی موجود برای نویسندگان حرفه‌ای است. اگر از محصولات مایکروسافت بدتان می‌آید حتماً برای آن جایگزینی پیدا کنید که بتواند فایل‌هایی با فرمت وُرد مایکروسافت را برایتان باز کند و بخواند. بسته‌ی نرم‌افزاری رایگان اُپن آفیس (OpenOffice) دارای پردازشگری است به نام رایتر (Writer) که بسیاری از نویسندگان آن را به وُرد ترجیح می‌دهند (به وب‌سایت www.openoffice.org مراجعه کنید تا این نرم‌افزار رایگان را دانلود و ذخیره

کنید و یا با جستجو در اینترنت سعی کنید جایگزین مناسبی برای آن پیدا کنید).
 ✓ به جهان ارتباطات وصل شوید. اتصال به اینترنت - که در مورد دارندگان لپ‌تاپ بهتر است وایرلس باشد - تقریباً امری ضروری است که کمک می‌کند شما در حین کار بتوانید تحقیق کنید و از صحت و حقیقت موضوعات مختلف مطمئن شوید (یا وسط کارتان وقفه‌ی کوچکی بیندازید و ای‌میل خود را چک کنید).

این‌ها چیزهایی هستند که دیگر نباید نگران‌شان باشید:

✓ سرعت و ذخیره‌سازی. تمام کامپیوترهای امروزی بسیار سریع هستند و گنجایش فضای ذخیره‌سازی و حافظه‌شان از آنچه شما نیاز دارید بسیار بالاتر است.
 ✓ مقایسه مَک، ویندوز و لینوکس. تمام این سیستم‌عامل‌ها خوب هستند. هر کدام را که دوست داشتید استفاده کنید. رَندی یک مَک دارد و پیر از ویندوز استفاده می‌کند. ما بدون مشکلات ناشی از عدم تطبیق سیستم‌های عامل‌هایمان به راحتی با هم فایل رد و بدل می‌کنیم و اصلاً هم خبر نداریم که ویراستاران مان از چه سیستم‌عاملی استفاده می‌کنند. دیگر برای کسی مهم نیست که سیستم عامل مورد استفاده‌ی شما چیست.



قرار دادن هر چیز در جای خود

قبل از شیرجه زدن در فرایند نویسندگی، فضای مخصوص نوشتن خود را مهیا کنید. اگر می‌خواهید روی میری کار کنید که توده‌ای از رخت‌های چرک، روزنامه‌ی مچاله یا آت و آشغال‌های دیگر روی آن است، انتظار نداشته باشید که بیشترین شانس ممکن برای نویسنده شدن را داشته باشید. هرچیزی را که ربطی به رسیدن شما به اهداف نویسندگی‌تان ندارد از دور و برتان جمع کنید.

(کِیس) کامپیوترتان را در جای مناسبی قرار دهید و صفحه‌کلید و نمایشگر را هم جوری روی میز بگذارید که کار کردن با آن‌ها برایتان آسان شود (نه طوری که در آستانه‌ی افتادن از لبه‌ی میز باشند). پرینتر را نزدیک خودتان قرار دهید (تا هر دفعه که می‌خواهید متنی را پرینت بگیرید مجبور نشوید از جایتان بلند شوید). یک لیوان کوچک هم در جایی که دست‌تان راحت به آن می‌رسد بگذارید تا مدامها و خودکارهایتان در آن باشند. با اینکه بسیاری از نویسندگان امروزی از دایره‌المعارف، واژه‌نامه و دیگر منابع آن‌لاین استفاده می‌کنند، بد نیست که یک واژه‌نامه و چند مورد از دیگر کتاب‌های مرجع را روی میز کار خود داشته باشید.



فضاهای خلاق از آن خودمان

نوشتن هستند. پیتر بیشتر اوقات در کافه‌های شلوغ می‌نوشت در واقع چند کتاب اول او پشت برگه‌های حقوقی بزرگ و زردرنگی نوشته شدند که بوی تند قهوه و سیگار می‌دادند. چیزی مثل مهمه‌ی آدم‌ها، گنگی صدای موسیقی، بوی قهوه‌ی داغ همراه صدای آماده و ریخته شدن آن و دود خمه‌کننده‌ی سیگار دکمه‌ی خلاقیت او را فشار می‌داد.

امروز پیتر یک دفتر کار خانگی دارد که از فضای زندگی شخصی منزلش جداست او یک میز تحریر بزرگ، یک کامپیوتر و دو پنجره‌ی بزرگ دارد که حسایی هوای آزاد و تمیز را به دفترش راه می‌دهند.

فضای خلاق رندی همیشه یک میز تحریر بزرگ فلزی، همراه یک صندلی طبی راحت و یک کامپیوتر بوده است این میز سال‌ها در یکی از اتاق‌های منزل او قرار داشت که فاصله‌ی آن با اتاقی که بچه‌ها مدام به آن آمد و شد می‌کردند کمتر از ۱ متر بود. اما آن فضا متعلق به رندی بود و او در آنجا صدها هزار واژه نوشت و یک مشت جایزه بُرد. آن گوشه برای رندی نمادی از نوشتن بود.

این روزها دیگر رندی برای خودش یک دفتر دارد که در آن راحت بسته می‌شود و قفسه‌های بایگانی بزرگ و سه کتابخانه‌ی عظیم در آن جا خوش کرده‌اند. اما میز و صندلی و کامپیوترش هنوز تغییر نکرده است. به‌رغم او آن میز و صندلی و کامپیوتر، هنوز هم جایگاه مقدس

فضای مخصوص نوشتن خود را پیدا کنید. آن را مال خود کنید. به آن جلوه‌ی خاصی بدهید اگر امکان دارد آن را فقط برای نوشتن و فقط برای خودتان نگه دارید. شما به این فضای خلاق نیاز دارید. آن را بیابید، مراقبش باشید و حفظش کنید.



برخورد با حواس پرتی

هر جایی که برای نوشتن انتخاب کنید - خانه، پارک یا کافه‌ی محله‌تان - خیلی زود می‌فهمید که مزاحمت‌های زیادی وجود دارند که می‌توانند شما را از عوالم مخصوص نوشتن بیرون بکشند. گرچه حواس پرتی‌های گاه‌وبیگاه می‌توانند مفید باشند (شما را از گیجی در آورند و نمای تازه‌ای از کراتان را در پیش چشم‌تان بگذارند)، پرت شدن مداوم حواس شما از فرایند نوشتن، کمکی به چاپ شدن - یا پایان یافتن - اثرتان نمی‌کند. به چند پیشنهاد برای برخورد ب مزاحمت‌ها توجه کنید:

✓ **بابت رسیدن به اهداف، به خودتان پاداش دهید.** هدف می‌تواند نوشتن چند واژه یا صفحه‌ی مشخص، تخصیص ساعاتی معین در هر هفته به کار نوشتن، یا تحویل داستان به نماینده‌ی ادبی یا ناشر باشد (کمی قبل‌تر، به قسمت "تعیین یک هدف نویسنده‌ی وفادار مانند به آن، هدفی بری این هفته و

امسال" مراجعه کنید). وقتی بابت رسیدن به یک هدف به خودتان پاداش دهید، انگیزه‌تان برای ادامه‌ی راه بیشتر خواهد شد. بهترین پاداش‌ها آن‌هایی هستند که به‌طور شخصی در شما انگیزه ایجاد می‌کنند. این نوع پاداش‌ها ممکن است شامل چنین مواردی شود: ناهار در یکی از رستوران‌های محل، کمی تماشای تلویزیون یا صرف زمانی کوتاه برای آوردن یک کاسه بستنی.

✓ از یک علامت "مزاحم نشوید" استفاده کنید. اگر چند تا بچه‌ی شر و شیطان دارید یا افراد دیگری دور و برتان هستند که به وقت‌تان نیاز دارند، سعی کنید برای فضای نوشتن خود مرزهای شفافی تعیین کنید. بعد برنامه‌ی خود را به دیگر افراد زندگی‌تان اعلام کنید و از آن‌ها بخواهید با شما همکاری و از شما حمایت کنند. در اجرای قوانین‌تان مؤدب و در عین حال قاطع باشید. مثلاً اگر مادر همسرتان که مهمان خانه‌تان است مدام مزاحم می‌شود تا گپی با هم نزنید، مؤدبانه توضیح دهید که وقتی کارتان تمام شود از گپ زدن با او خیلی هم خوشحال می‌شوید، اما او باید صبر کند تا شما از نوشتن فارغ شوید. بهترین کار این است که برای سپری کردن زمان با خانواده و دوستان برنامه‌ریزی کنید تا احساس نکنند که برای وقت گذراندن با شما دارند مزاحم کار نوشتن‌تان می‌شوند. این را بفهمید که ممکن است مجبور باشید انعطاف نشان دهید. اگر پدر یا مادری دست‌تنها هستید که باید فرزندان‌تان را سرگرم و از آن‌ها مراقبت کنید، ممکن است مجبور باشید در طول روز به آن‌ها بپردازید و شب‌ها که آن‌ها در خواب نازند وقت‌تان صرف نوشتن کنید.

✓ چیزهایی که حواس‌تان را پرت می‌کنند از برق بکشید، خاموش کنید یا از خودتان دورشان کنید. شاید براینان ممکن باشد که از دست چیزهایی که حواس‌تان را از کار نوشتن و رسیدن به اهداف‌تان پرت می‌کنند خلاص شوید. اگر تلویزیون موحود در فضای نوشتن‌تان مدام شما را به سوی خودش می‌خواند، آن را به اتاق دیگری ببرید. اگر پیغام‌های مسلسل‌وار از کامپیوترتان اجازه نمی‌دهند روی نوشتن تمرکز کنید، صفحه‌ی ای‌میل خود را ببندید. اگر دوست‌تان تلفن می‌کند و می‌خواهد حسابی روده‌درازی کند، می‌توانید اجازه دهید تلفن روی پیغام‌گیر برود و بعد که کارتان تمام شد به او تلفن بزنید. نوشتن یک شغل است، پس با آن مثل یک شغل رفتار کنید.

✓ یک استراحت کوتاه داشته باشید. استراحت‌های متناوب کمک می‌کنند که ذهن‌تان ر تازه کنید و با نیرو و تمرکزی دوچندان سر کارتان برگردید. توصیه می‌کنیم هر ۶۰ تا ۹۰ دقیقه یک‌بار استراحت کنید و استراحت‌هایتان بیشتر از پنج دقیقه طول نکشند. این کار کمک می‌کند که تداوم کارتان از بین نرود.



زندگی عاشق پیاده روی است. هر یکی دو ساعت یک بار، اگر هوا خوب باشد، او پنج دقیقه در اطراف حوضی که در خانه اش دارد قدم می رند. اگر هوا بد باشد او سراغ دستگاه تردمیل داخل پذیرایی می رود و چند دقیقه روی آن راه می رود. در هر دو حالت انرژی زندگی افزون می شود. بعد یک لیوان آب می نوشد، از پنجره اردک های توی حوض را تماشا می کند و با گربه اش گپ روشن فکر مآبانه ای می زند. گاهی هم زندگی برای کسب انرژی بیشتر گیتار الکترونیکی ای را که در دفترش دارد برمی دارد و چند دقیقه نوازندگی می کند. وقتی هم که خیلی به انرژی نیاز داشته باشد، دستگاه اسپرسو سز را روشن می کند.

نگاهی به مسائل پولی

جی. کی. رولینگ با انتشار مجموعه های بسیار محبوب هری پاتر، ثروتمندترین نویسنده ی بریتانیا (و شاید جهان) شد. آیا می دانستید که او هنگام نوشتن اولین کتاب هری پاتر یک رن سرپرست خانوار بود و مقرری دریافت می کرد؟ تام کلسی پس از پرفروش شدن رمانش، شکار اکتبر سرخ، شغل خود را به عنوان یک مسئول فروش بیمه رها کرد. جان گریشام پس از اینکه توسط رمان شرکت به یک ستاره تبدیل شد، شغل وکالت را کنار گذاشت.

گرچه زندگی برخی از نویسندگان بسیار موفق داستان های خوبی درباره ی از هیچ به همه چیز رسیدن است، اما اکثر نویسندگان تمام زندگی خود را از راه نوشتن تأمین نمی کنند. برای بسیاری از نویسندگان داستان نویسی راهی برای پول در آوردن نیست. آن ها دنبال رضایت حاصل از یافتن کسانی هستند که معتقدند کارشان به قدری خوب است که ارزش چاپ شدن در مجلات و نشریات (آن لاین یا کاغذی) و کتاب ها را دارد؛ ارزش اینکه عده ای آن را بخوانند و خواندش را به دیگران نیز توصیه کنند.

اما بسیاری از نویسنده ها هم سعی می کنند خرج زندگی را از نوشتن تأمین کنند - یا گاموبیگاه پول زیادی از این راه به دست آورند. اگر چنین فکری در سر دارید، باید تدبیری بیندیشید. اگر هم نوشتن برای شما یک سرگرمی است، باز هم باید پول خود را بودجه بندی کنید. در این قسمت نگاهی دقیق به چرایی اهمیت پول و کارهایی که می توانید در مورد آن انجام دهید می پردازیم.

بودجه بندی پول برای نویسندگی

ایده ها ممکن است رایگان باشند اما نوشتن شان رایگان نیست. شما به عنوان یک نویسنده در سال های آتی متحمل هزینه هایی خواهید شد حتی اگر از نوشتن پولی برای صحافی داستان هایتان هم به دست نیاورید. این هزینه ها کدامند؟ بعضی از هزینه های

ممکن را در فهرست زیر برایتان ذکر می‌کنیم:

- ✓ کامپیوتر، پرینتر و اینترنت
- ✓ میز، صندلی، لوازم التحریر مختلف (یک بسته کاغذ بری پرینتر اصلاً ارزان نیست!)
- ✓ کتاب برای پژوهش، رمان‌های ژانر خودتان و کتاب‌های غیر داستانی (کتاب‌هایی که در کتابخانه موجود نیستند یا می‌خواهید یک نسخه از آن‌ها را برای خودتان داشته باشید)
- ✓ سفرهای محلی، حاده‌ای، ورودی موزه، یا هر فعالیت دیگری که برای تحقیق درباره‌ی موضوعی - که باز کردن کتاب و مطالعه‌ی آن برایش کافی نیست - به آن نیاز خواهید داشت
- ✓ کلاس‌ها و کارگاه‌های نویسندگی
- ✓ همایش‌های ادبی (ثبت‌نام و رفت و آمد)
- ✓ حق عضویت انجمن‌های نویسندگی‌ای که به آن‌ها می‌پیوندید
- ✓ شام رفیق منتقدتان (کسی که اطمینان حاصل می‌کند شما طبق برنامه می‌نویسید) و دیگر کسانی که پشتیبان شما هستند

ممکن است بعضی از این چیزها را از قبل تهیه کرده باشید. اکثر افراد خودشان کامپیوتر و پرینتر را پیش از شروع به کار دارند. اما اگر یک میز و صندلی مناسب ندارید، باید آن‌ها را تهیه کنید. فکر نمی‌کنم دوست داشته باشید آخرش پشت‌تان مثل پفک خم شود و هزینه‌ی سرسام‌آور ماساژ را (که از پول خریدن میز و صندلی بیشتر است) متحمل شوید.

از حالا باید خیلی جدی به فکر بودجه‌بندی پول برای همایش‌های ادبی باشید. ساده بگوییم، همایش‌های ادبی سریع‌ترین و آسان‌ترین راه برای برقراری ارتباطات لازم برای فروش کتاب‌هایتان هستند. بنابراین آن‌ها از هزینه‌های ضروری محسوب می‌شوند؛ هزینه‌هایی که نمی‌توانید از آن‌ها چشم‌پوشید.

رندی سه کتاب اولش را از طریق ارتباط با افرادی که در همایش‌های ادبی ملاقات کرده بود به فروش رساند. بعد از فروش کتاب سومش، یکی از دوستانش که نماینده‌ی ادبی بود با او تماس گرفت و پرسید که آیا رندی تمایلی به کار کردن با یک نماینده دارد یا نه. رندی کجا با نماینده‌اش آشنا شد؟ درست گفتید، در یک همایش ادبی.



همایش‌های ادبی فوق‌العاده‌اند اما هزینه‌بردار هم هستند. در آمریکا یک همایش ادبی یک‌روزه حداقل ۱۰۰ دلار هزینه دارد. همایش‌های بزرگ‌تر که چند روز طول

می‌کشند و در سطوح ملی هستند بیش از ۱۰۰۰ دلار هزینه دارند. از حالا برای این نوع همایش‌ها پول جمع کنید تا وقتی آمادگی پیدا کردید پول کافی داشته باشید. اگر حرفه‌ی نویسندگی‌تان را جدی بگیرید و توصیه‌های این کتاب را دنبال کنید ممکن است خیلی زودتر از آنچه فکرش را می‌کنید آمادگی شرکت در همایش‌ها را پیدا کنید.

تأمین زندگی به عنوان یک نویسنده:

(فعلاً) انتظار نداشته باشید نویسندگی برایتان نان و آب شود

ما شنیده‌ایم که پنج نویسنده‌ی برتر دنیا حدود ۶۰ درصد تمام درآمدهای نویسندگی را صاحب می‌شوند. صحت این گفته را نمی‌شود به راحتی ثابت کرد اما تجربه‌ی ما می‌گوید که امکان پذیر است. سفره فقط برای عده‌ای خاص جا دارد. از میان تمام کتاب‌های چاپ شده در هر سال - حدود ۱,۲ میلیون عنوان - فقط ۲۵۰۰ عنوان بیش از ۵۰۰۰ نسخه در همان سال فروش می‌کنند. تنها چند صد عنوان از این کتاب‌ها فروشی بالای ۱۰۰/۰۰۰ نسخه دارند. بنا بر گفته‌ی هفته‌نامه‌ی ناشران، هر کتاب در آمریکا به طور میانگین ۵۰۰ نسخه فروش می‌کند.

خلاصه‌اش می‌شود اینکه نویسنده‌های کمی آن قدری کتاب می‌فروشند تا نویسندگی برایشان یک شغل نیمه وقت شود و نویسنده‌های بسیار کمتری کل درآمدهای خود از فروش کتاب است. اما اگر امید دارید که یک نویسنده‌ی تمام وقت بشوید و تمام درآمدهای خود از راه نوشتن باشد، باید هر دو طرف معادله را در نظر بگیرید. از یک سو باید بتوانید (به تعداد کافی) کتاب‌هایی بنویسید که به خوبی به فروش بروند تا کشتی درآمدهای شما به گیل نشیند. از سوی دیگر باید هزینه‌های زندگی خود را کاهش دهید تا بتوانید با خرج کمتری به زندگی ادامه دهید و وقت بیشتری را صرف نوشتن کنید.

آیا می‌توانید کمتر خرج کنید؟ اگر بله، چقدر کمتر؟ این سؤال را به دو دلیل می‌پرسیم:

✓ هر چه کمتر خرج کنید، کسب یک درآمد کامل از راه نوشتن برایتان آسان‌تر خواهد بود.

✓ اگر حالا شروع کنید و کمتر خرج کنید، می‌توانید ماهه‌التفاوت را پس‌انداز و فضایی برای خود ایجاد کنید که امکان استعفا از کار تمام وقت‌تان را زودتر به شما بدهد.

حساب‌های مالی خود - و خانواده‌تان - را همین حالا بررسی کنید. آوردیدشان؟ آفرین. حالا از خودتان بپرسید:

✓ درآمد ماهیانه‌تان چقدر است؟

✓ هر ماه چقدر خرج می‌کنید؟

✓ هر ماه چقدر پس‌انداز می‌کنید؟

✓ آیا می‌توانید از خرج‌ها بکاهید و بر پس‌انداز بیفزایید؟ اگر، مثلاً، اجاره می‌دهید یا قسط(های) زیادی دارید، آیا می‌توانید آن‌ها را تسویه کنید تا مخارج ثابت‌تان کاهش یابند؟

لازم ست بدانید که شما بابت نوشتن، درآمدی مقطعی و نامتناوب دارید. یک قرارداد معمولی تعیین می‌کند که شما بخشی از پول را به‌عنوان پیش‌پرداخت خواهید گرفت و بخش‌های دیگر را در مراحل مختلف و بخش‌هایی را زمانی دریافت خواهید کرد که ناشر موافقت کند شما نسخه‌ی رضایت‌بخشی از کتاب را تحویل داده‌اید. حتی در بعضی از قراردادها ممکن است بخشی از پیش‌پرداخت هم با تأخیر و در تاریخ چاپ پرداخت شود. بسیاری از کتاب‌ها به اندازه‌ی پیش‌پرداخت خود سود نمی‌کنند. این یعنی بعد از آن پیش‌پرداخت اول شما یک ریال هم درآمد نخواهید داشت. رمان‌نویس‌ها اصلاً طبق برنامه‌ی خوب و هفتگی پول در نمی‌آورند. این یعنی شما باید درآمدتان را به‌خوبی مدیریت کنید (مگر اینکه خودتان آدم ثروتمندی باشید یا کسی را داشته باشید که به لحاظ مالی از شغل نویسندگی‌تان پشتیبانی می‌کند).



توصیه ما به شما این است که شغل‌تان را تا زمانی که امپراتوری رمان‌نویسی‌تان را حسابی راه نینداخته‌اید، نگه دارید. اگر نمی‌توانید مقدار قابل توجهی از هزینه‌ها را کاهش دهید به یک درآمد ثابت نیاز خواهید داشت تا به‌جایی برسید که ماهیانه از نوشتن پول در بیاورید و اوضاع را نا موفقیت کامل روی غلتک بیندازید. حرف ما را گوش کنید: نگرانی اینکه یک ریال بعدی از کجا (و کی) قرار است به‌دست بیاید برای هر نویسنده‌ای بسیار فکر مزاحمی است. شما نباید بگذارید فشار ناشی از مسائل مالی در دنیای نویسندگی‌تان خلل ایجاد کنند؛ همین‌طوری هم به اندازه‌ی کافی حواس‌تان پرت می‌شود.



بخش ۲

خلق رمانی باورپذیر

موج پنجم

ریچ تنانت



در این بخش...

اگر می‌خواهید داستان بنویسید، باید داستانی باورپذیر خلق کنید؛ داستانی که به ژرفای احساسات خوانندگان تان سفر می‌کند. در این بخش ما به کاوش ساختمان دنیای داستانی شما (جایی که داستان در آن اتفاق می‌افتد) و آفرینش شخصیت‌هایی واقعی و جذاب می‌پردازیم. سپس نگاهی به لایه‌های پیرنگ، اعم از ساختار داستانی (لایه‌های فوقانی)، خلاصه‌ی داستان و صحنه‌ها (لایه‌های میانی) و کنش داستانی، گفت‌وگو، عواطف درونی، تک‌گویی‌های درونی، توصیف، فلش‌بک و چکیده‌ی روایی (لایه‌های تحتانی) می‌اندازیم. حسن ختام این بخش هم نگاهی به نحوه‌ی تفکر راجع به درون‌مایه‌ی داستان است.

ساختن دنیای داستانی: محیط داستان شما

در این فصل

- ◀ آزمودن سه عنصر دنیای داستانی
- ◀ خلق یک جهان بیرونی
- ◀ انتخاب نیرویی که گروه‌های شخصیت‌ها را به پیش می‌برد
- ◀ برپا کردن جهانی از کشمکش‌ها
- ◀ تحقیق و فروش داستان

هر رمانی در جهان خاص خودش اتفاق می‌افتد که شما خالق آن هستید. این جهان جزئی از یک جهان بزرگ‌تر نیست. جهان داستان شما تنها جهان موجود است. به همین خاطر است که ما به جای اصطلاحات کوچک‌مقیاس موجود مانند مکان یا محیط، ترجیح می‌دهیم از اصطلاح دنیای داستانی استفاده کنیم.

شما خداوند دنیای داستانی‌ای هستید که خلق می‌کنید و بر همه‌ی اتفاقاتی که در آن رخ می‌دهند مسلط هستید. اما معنی این حرف این نیست که هر اتفاقی می‌تواند در دنیای داستان شما بیفتد. دنیای داستانی شما باید یک منطق درونی داشته باشد که آن را به پیش ببرد.



در وهله‌ی اول دنیای شما باید فیزیک، شیمی، زمین‌شناسی، هواشناسی و زیست‌شناسی داشته باشید (به بیان دیگر حتی اگر بعضی از قوانین این علوم را از خودتان در آورده باشید، حضور قوانین علمی را نمی‌توانید نادیده بگیرید). برای این کار باید یک یا چند گروه فرهنگی داشته باشید که هر کدام قوانین نحوه‌ی تعامل شخصیت‌ها را تعریف کند. فارغ از نوع دنیای داستانی‌ای که دارید، این دنیا باید قابلیت گنجاندن کشمکش را در خود داشته باشد زیرا بدون کشمکش داستان به وجود نمی‌آید. دنیای بی‌نقص به هیچ درد نویسنده نمی‌خورد. دنیای داستانی شما هم به نیکی نیاز دارد و هم به بدی و شما مسئول هستید که این دو را به شکلی خلق کنید که امکان پیروزی برای هردویشان وجود داشته باشد.

ترس به شما هجوم آورده؟ محلش نگذارید! شما تمام عمرتان را در یک دنیای داستانی گذرانده‌اید و به‌طور غریزی راه و چاه آن را بلدید. در این فصل ما کمک‌تان می‌کنیم آنچه را که از قبل می‌دانید از خود جدا کنید و با عوامس هسته‌ای روایت داستان آشنا شوید. همچنین کمک‌تان می‌کنیم جزئیات دنیای داستانی‌تان را مورد بررسی قرار دهید تا بتوانید به آن‌ها جان ببخشید.

توجه داشته باشید که در برخی از گروه‌های داستانی لازم است زحمت بیشتری روی دنیای داستانی بکشید. اگر رمانی در مورد زادگاهتان می‌نویسید، زمان حال را برای آن در نظر بگیرید تا مجبور نباشید برای ساختن دنیای داستانی فشار زیادی را متحمل شوید. اما بعضی از انواع داستانی - خصوصاً علمی - تخیلی، خیال‌انگیز و داستان‌های تاریخی - نیازمند این هستند که شما دنیای داستانی‌ای را مجسم کنید که ممکن است با دنیای شما تفاوت زیادی داشته باشد. حتی اگر گروه داستانی شما این اجازه را بدهد که زیاد روی دنیای داستانی کار نکنید، به یاد داشته باشید که نگاهی تازه به دنیای پیرامون‌تان می‌تواند بینش بهتری را برایتان به ارمغان آورد.

شناسایی اجزای دنیای داستانی

هر دنیای داستانی دارای سه بخش ضروری است. بدون هر کدام از این بخش‌ها آفرینش داستان غیرممکن است:

✓ **دنیای طبیعی:** وقتی دنیای طبیعی را توصیف می‌کنید، حسی از فضا را انتقال می‌دهید. دنیای طبیعی دربرگیرنده‌ی همه‌ی چیزهایی است که می‌شود درباره‌ی محیط فیزیکی دانست. ما در حالت عادی در داستان‌مان با قوانین فیزیک و شیمی دست به گریبان نمی‌شویم اما باید از قوانین جغرافیایی، الگوهای هواشناسی متداول و هزاران مورد کوچک دیگر (که بعداً در قسمت "بژوهیدس دنیای داستانی" درباره‌شان صحبت خواهیم کرد) آگاه باشیم.

✓ **گروه‌های فرهنگی:** اگر رمان ما در یک شهر کوچک اتفاق می‌افتد ممکن است تنها یک گروه فرهنگی پیش رویتان باشد، اما اگر داستان در شهر نیویورک اتفاق بیفتد، ممکن است شخصیت‌ها از تعامل (یا سوء تفاهم) پنج یا شش گروه قومی متفاوت حاصل شوند. اگر بخواهید داستانی راجع به سیاره‌ی زوربا بنویسید ممکن است یک دو حین گونه‌ی هوشمند در آن ساکن باشند.

✓ **زمینه‌ی کشمکش:** این مورد یک فضای سیاسی، فرهنگی، مذهبی، یا درونی (شخصی) است که وجود کشمکش را برای داستان امکان‌پذیر می‌کند. بدون کشمکش، داستانی هم وجود نخواهد داشت.

جدول ۱-۶ نشان می‌دهد که این اجزا چطور در سه رمان ایفای نقش می‌کنند.

جدول ۱-۶	عناصر دنیای داستانی در سه رمان		
رمان	دنیای طبیعی	گروه‌های فرهنگی	زمینه‌ی کشمکش
برگریه، چپم پوتوک)	بروکلیس دهه‌ی ۱۹۴۰	جامعه‌ای از یهودس حسدی، دربرگیرنده‌ی جمعیتی از یهودیان آزادی‌خواه و جهانی‌برگتر که شامل افرادی است که نه مسیحی‌اند و نه یهودی	مذهبی یهودیان حسیدی می‌خواهند فرزندان خود را در یک جامعه‌ی محدود از هم‌کیشان خود و به دور از دیگر عقاید جهان بر بیاورند، اما در آمریکا نمی‌شود جنوی بچه‌ها را گرفت تا رادیو گوش بدهد، رورامه بخورد یا به کتابخانه بروند.
قبنه‌ی حرس عارشیین (جس اول)	اروپای عصر یخبندان، حومه‌ی دریای سیاه	انسان‌های امروزی و انسان‌های نخستین	فرهنگی، شش‌های صبیعی بین دو فرهنگی رخ می‌دهد که یکدیگر را نمی‌شناسد، با به هم اتصال ندارند
جنگ ستارگان از سری ماجراهای لوک استکای واکر (جرج لوکس)	"مصرمه‌ای پس‌از دوردست"	انسان‌ها، ربات‌ها، حیوانات دوپای پشمنو و چندین گونه‌ی دیگر	سیاسی شورشیین متحد، امپراتوری کهکشانی سرکوبگر را تهدید می‌کند.

خلق مفهوم فضا

هدف شما به‌عنوان یک داستان‌نویس خلق دنیای داستانی‌ای است که در ذهن خواننده‌ها کاملاً جان می‌گیرد. به این می‌گویند *خلق مفهوم فضا*، که کار سختی قلمداد می‌شود زیرا تعداد دنیاهای موجود محدود است. رمان‌ها به‌طور میانگین کمتر از ۱۰۰,۰۰۰ واژه دارند و شما اکثر این واژه‌ها را برای روایت داستان‌تان نیاز دارید نه برای توصیف دنیای داستانی.

این یعنی شما حتی نباید یک کلمه را از دست بدهید. (اگر یک تصویر ارزش ۱۰۰۰ کلمه را داشته باشد، یک رمان ۱۰۰۰۰۰ کلمه‌ای تنها ۱۰۰ تصویر را می‌تواند به مخاطبان‌شان دهد که داستانی که با این تصاویر روایت شود چنگی به دل نخواهد زد.) باید کارتان خیلی بهتر از این حرف‌ها باشد، چگونگی‌اش را در این قسمت برایتان توضیح خواهیم داد.

زدن یک تیر با دو نشان به کمک توصیف

نویسندگان قرن نوزدهم چندین صفحه را به توصیف تمام جزئیات دنیای داستانی اختصاص می‌دادند. به بند آغازین *بن‌هور: داستانی از مسیح*، اثر لو والاس نگه کنید.

این رمان در سال ۱۸۸۰ به چاپ رسید و پرفروش‌ترین رمان آمریکا در قرن نوزدهم شد:

جبل‌الزوبله رشته‌کوهی است با بیش از پنجاه مایل طول و آن‌قدر باریک که تصویر آن روی نقشه به کرم ابریشمی می‌ماند که از جنوب به شمال می‌خزد. بر روی صخره‌های قرمز و سفید و مشرف به مسیری که خورشید در امتداد آن طلوع می‌کند، تنها صحرای عربستن به چشم می‌آید؛ جایی که بادهای مشرق، در کمال دشمنی همیشگی‌شان با صاحبان تاکستل‌های جریکو، از روز ازل جولانی داده‌اند. کوهپایه‌های آن زیر شن‌هایی که رود فرات با خودش آورده پوشیده شده‌اند؛ کوه دیواری است برای چراگاه‌های باختری مؤاب و عمون، زمین‌هایی که در صورت نبود کوه‌ها بخشی از کویر می‌شدند.

این یک توصیف ساکن است و شباهت زیادی به نقاشی از طبیعت بی‌جان دارد. هیچ اتفاقی در این تصویر نمی‌افتد، نه شخصیتی می‌بید، نه حرکتی و نه احساسی؛ فقط جغرافیای ناب.

خوانندگان قرن نوزدهمی عاشق توصیف‌های ساکن از محیط بودند زیرا این نوع توصیف‌ها در ذهن آن‌ها نساویری خلق می‌کردند و تصویر (عکس) در قرن ۱۹ چیز کمیابی بود. شما نباید برای چنین خوانندگانی بنویسید. همه‌ی آن خوانندگان امروز مرده‌اند و قادر به خریدن کتاب شما نیستند. شما برای خواننده‌ی قرن بیست و یکمی می‌نویسید که صدها یا هزاران فیلم دیده و می‌خواهد همین حالا شاهد رویدادی باشد. شما توانایی این را ندارید که با یک توصیف ایستا، طولانی و خسته‌کننده از یک کوه، خیابان، کاخ یا هر چیز دیگری حوصله‌ی خواننده را سر ببرید.



در فصل ۲ درباره‌ی هفت ابزار اساسی انتقال پیام/احس به خواننده صحبت کردیم. پنج مورد از این ابزارها - مثل فیلم - در ذهن خواننده به کار می‌افتند: کنش داستانی، گفت و گو، تک‌گویی درونی، عواطف درونی و توصیف محیط (مثل اینکه از چشم یکی از شخصیت‌های داستان نگاه کنیم). اگر برای نوشتن بخشی از داستان‌تان فقط از این پنج ابزار استفاده کنید، می‌توان گفت که این بخش از داستان در قالب یک صحنه‌ی بی‌واسطه نوشته شده است. رمان‌نویسان امروزی بیشتر می‌کوشند از توصیف صحنه‌های بی‌واسطه یا چکیده‌ی روایی بهره ببرند، زیرا خواننده‌های امروزی خواندن این نوع توصیف را بیشتر می‌پسندند.

وقتی مکان، شخص یا هر چیزی را در داستان خود توصیف می‌کنید، تمام تلاش‌تان را بکنید تا با توصیف خود به دو هدف بزنید. توصیف شما باید کارهای زیر را انجام دهد:



✓ اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده

✓ پویا نگه داشتن داستان از طریق هماهنگی مساعد با کنش داستانی، گفت و گو، تک‌گویی درونی و عواطف درون

گنجاندن توصیف در داستان



اگر می‌توانید، توصیف خود را به کمک درون‌دادی حسی، همراه دیگر اجزای صحنه‌ی بی‌واسطه (کنش داستانی، گفت و گو، تک‌گویی درونی و عواطف درونی) در بافت داستان بگنجانید. این‌ها بخش‌هایی از داستان شما هستند که لحظه به لحظه در ذهن خواننده بر ملا می‌شوند. شما نمی‌توانید اعمال را کدر بگذارید و یک صفحه را به توصیف بخشی از دنیای داستانی اختصاص دهید. اگر نمی‌توانید چیزی را به‌طور طبیعی و همگام با کنش داستانی توصیف کنید و اگر نمی‌توانید آن را در قالب افکار یکی از شخصیت‌هایتان توضیح دهید، از خودتان پرسید که اصلاً چرا باید به توصیف آن چیز خاص پردازید؟

آیا واقعاً مجبورید آتشفشان را موبه‌مو توصیف کنید؟ اگر شخصیت‌تان مادری نگران باشد که شتابان شیب کوه را در امتداد گدازه‌های سرخ و داغ به سمت بالا می‌دود و دنبال کودک ۵ ساله‌ی گم شده‌اش می‌گردد، شاید. اگر شخصیت‌تان دوشیزه‌ای باشد که به اجبار از مسیر سنگلاخی بالا می‌رود تا بر آستان حدایان بالای کوه قربانی شود، شاید. اگر شخصیت‌تان با خستگی پای بر زمین می‌کشد و حلقه‌ی قدرت را با خود حمل می‌کند و در جستجوی تَرَک‌های کوه اهریمن است، شاید. اگر صحنه‌ای که می‌بوسید مشابه مثال‌های بالاست، با خیال راحت آتشفشان را توصیف کنید. کاری کنید که چشم‌های خواننده در اثر بخارات سولفوری بسوزد. کاری کنید که خواننده در گرمای کوره‌ی آتشفشانی عرق کند. کاری کنید که با صدای لغزش خاک و سنگریزه زیر پای جانورن ساکن در عمیق کوهستان، هراس در دل خواننده بیفتد.

اما شاید آتشفشان نقش مستقیمی در داستان شما نداشته باشد. شاید بی‌واسطه‌ترین موضوع مد نظر شما گونه‌ی کمیاب و بسیار ارزشمندی از پروانه‌ها باشد که در پای کوه آتشفشان از روی گلی بلند می‌پرد و سوی درختی می‌رود. شاید یک لامبورگینی باشد که با سرعت از پارکینگ اقامتگاه بیرون می‌رود و شش ماشین پلیس آبی و قرمز به دنبالش روان‌اند. شاید لپ‌تاپی حاوی اطلاعات محرمانه‌ی یکی از شرکت‌های موفق فهرست ۵۰۰ تایی مجله‌ی فورچون باشد که - در حالی که صاحب‌اش از دوربین دوچشمی صحنه را می‌بیند - روی نیمکتی در همان پارکینگ قرر دارد و در آستانه‌ی دزدیده شدن است. در این صورت لازم نیست آتشفشان را به خواننده نشان دهید. پروانه، لامبورگینی و لپ‌تاپ راه در خلال اعمال داستانی و از زاویه‌ی دید شخصیتی که این‌ها برایش مهم‌اند نشان دهید. اگر شخصیت داستان به چیزی اهمیت دهد، خواننده هم به آن چیز اهمیت می‌دهد.



اگر داستان نیازی به توصیف عامل خاصی ندارد، آن را توصیف نکنید. اگر دلیلی برای توصیف هست، به آن بپردازید اما به آن وجهی شخصی بدهید: آن را به حس‌ها و عواطف یکی از شخصیت‌ها پیوند دهید. توصیف مناسب - آن گونه که از زاویه دید شخصیت مناسب دیده می‌شود - می‌تواند حس مکان، زمان یا حلق خاصی را در خواننده برانگیزد.



پیش از آنکه، فارغ از شخصیت داستان، به یک توصیف ساکن بپردازید از خودتان پرسید: آیا من می‌خواهم بابت استفاده از توصیف ساکن جریمه بدهم؟ (جریمه‌ی مناسب، هر پاداشی است که بابت یک ساعت نوشتن به خودتان می‌دهید) اگر مایلید این جریمه را بدهید تا تأثیری (که از آن توصیف می‌خواهید) حاصل شود، این کار را بکنید. در غیر این صورت، توصیف خود را به شکلی حسی، از زاویه دید یکی از شخصیت‌ها، در هماهنگی مناسب با اعمال داستانی، گفت و گو، تک‌گویی‌ها و عواطف درونی ارائه دهید. فصل ۱۰ این مفهوم را بیشتر برایتان باز می‌کند.

آمیختن نیروی احساس با توصیف



همه‌ی قسمت‌های داستان شما یکی از سه معنی اساسی موجود را برای هر شخصیت تداعی می‌کنند: خوب، بد، خنثی. در اکثر مواقع، بیشتر قسمت‌های دنیای داستانی برای شخصیت خنثی هستند؛ پس، از توصیف پرهیز کنید مگر اینکه یکی از شرایط زیر درباره‌ی توصیف شما صدق کند:

✓ برای پیش بردن داستان، حتماً باید چیزی را توصیف کنید.

✓ باید برای چیزی که در آینده مهم خواهد بود، مقدمه‌چینی کنید.

مثلاً فرض کنید که در گوشه‌ای از خیابانی که ترویس، شخصیت داستان‌تان، در آن ساکن است یک خانه‌ی خالی وجود دارد. ترویس هر روز برای رسیدن به اتوبوسی که او را به سر کارش می‌برد از مقابل این خانه عبور می‌کند و این خانه مطلقاً برایش هیچ معنای خاصی ندارد. خانه برای ترویس نقشی خنثی دارد. بنابراین اگر فرار است بعداً این خانه در داستان مهم شود، الان اشاره‌ای گذرا به آن بکنید - به خواننده بگویید که وجود دارد - اما برای توصیف آن کلمه هدر ندهید. اگر ترویس زمانی مجبور شود وارد آن خانه شود، آن وقت توصیفش کنید.

اما شاید هم کریستا، همسر ترویس، اولین عشق زندگی‌اش را روی ایوان آن خانه ملاقات کرد. برای کریستا، بوته‌ی گل سرخ روبه‌روی خانه خاطره‌های عاشقانه‌ای را تداعی می‌کند. این خانه برای کریستا معنای خوبی دارد. وقتی کریستا در اطراف این خانه پرسه می‌زند، شما می‌توانید محیط را از دید او توصیف کنید و از واژگانی استفاده

کنید که حس عشق را تداعی می‌کنند. روی عطر گل‌های سرخ تمرکز کنید و روی درخشش گرم آفتاب بر پنجره‌ها و قلب‌های کنده‌کاری شده‌ی درخت کنار ایوان. وقتی این کار را انجام دهید، دیگر تنها خانه را توصیف نکرده‌اید، بلکه دل کریستال را هم وصف کرده‌اید.

شاید چیکو، پسر ده ساله‌ی کریستا و تروس، فکر می‌کند که این خانه روح دارد. برای چیکو ارواح در این خانه ماندگارند و او از اینکه پس از تاریک شدن هوا از مقابل آن بگذرد هراس دارد. این خانه برای چیکو معنای بدی دارد. وقتی چیکو بیمه‌شب وحشت‌زده از مقابل آن می‌گریزد، با استفاده از واژگانی که حس ترس را انتقال می‌دهند، خانه را توصیف کنید. پنجره‌هایی را که رو به خیابان باز می‌شوند به شکل حلقه‌های چشمان یک جمجمه توصیف کنید. صدای هوهوی باد لای درخت‌ها - که او را د شیطنانی را به یاد می‌آورد - به گوش خواننده برسانید. در اینجا هم شما فقط به توصیف خانه نمی‌پردازید؛ شما حس‌های خواننده را برمی‌انگیزید. خواننده به همین دلیل است که داستان را می‌خواند.

توصیفات خود را به آهستگی به خورد خواننده بدهید تا او را به واکنش وا دارید. اما این کار را در حالت سکون انجام ندهید. برای خواننده‌ی خود فیلم پخش کنید و از پنج بخش صحنه‌ی بی‌واسطه استفاده کنید. از جزئیات ملموسی بهره بگیرید که حواس شخصیت‌ها را قلقلک می‌دهند.



پیدا کردن عاملی که گروه فرهنگی‌تان را تحریک می‌کند

هر یک از شخصیت‌های شما فردی است با بیارها و خواسته‌های خاص خودش. در فصل ۷ توضیح می‌دهیم که شما چگونه می‌توانید شخصیت‌های باورپذیر را در قالب افراد مستقل خلق کنید. اما افراد از اجتماع‌های بزرگ‌تر - گروه‌های فرهنگی - می‌آیند و در پیشینه، زبان، دانش، فناوری، مذهب، اسامی، اهداف و خیلی چیزهای دیگر با هم اشتراک دارند. تمام این چیزها تعیین می‌کنند که چه احتمالات و امکاناتی برای شخصیت‌های شما وجود دارد. به این احتمالات و امکانات انگیزه‌های فرهنگی گفته می‌شود، زیرا آن‌ها گروه‌های فرهنگی را به اشکال گوناگون برمی‌نگیزند.

در ادامه، در قسمت "واکاوی دنیای داستانی"، درباره‌ی پژوهشی صحبت می‌کنیم که به کمک آن می‌توانید انگیزه‌های فرهنگی خود را به درستی درک کنید. چقدر از این پژوهش را باید به خواننده نشان داد؟ پاسخ این سؤال بستگی به نوع داستانی که می‌نویسید دارد. رمان‌های تریخی، خیال‌انگیز و علمی - تخیلی معمولاً تصویر کامل‌تری از انگیزه‌های فرهنگی به خواننده ارائه می‌دهند. دیگر انواع داستانی ممکن است این انگیزه‌ها را کمتر نشان دهند. شما باید به اندازه‌ای خواننده را در جریان بگذارید که انتظارش را دارد:



وقت‌تان را صرف توصیف پیشینه‌ی فرهنگی نکنید، مگر اینکه این پیشینه برای یکی از شخصیت‌ها مفهوم خاصی داشته باشد. اگر هر یک از انگیزه‌های فرهنگی برای یکی از شخصیت‌ها مهم باشد - آن قدری که بر خط داستانی تأثیر بگذارد - آن‌گاه به هر قیمتی که شده خواننده را از آن انگیزه آگاه کنید. اما در این مورد هم (درست مثل توصیف) باید رهی پیدا کنید که با ارائه‌ی انگیزه‌ی فرهنگی به خواننده، دو کار زیر را انجام دهید:

- ✓ اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده
- ✓ پویا نگه‌داشتن داستان از طریق هماهنگی مساعد ب کنش داستانی، گفت وگو، تک‌گویی درونی و عواطف درونی

آشکار کردن انگیزه‌های فرهنگی با صحنه‌های بی‌واسطه

اکثر انگیزه‌های فرهنگی را نمی‌شود به راحتی از طریق کار، اندیشه یا گفتار نشان داد، زیرا این کار سبب می‌شود آن‌ها غیرطبیعی به نظر برسند. به این ترتیب نویسنده با چالش بزرگی مواجه است. برای مثال، انگیزه‌ی فرهنگی نهفته در هسته‌ی رمان بازی میهن‌پرستان، نوشته‌ی تام کلنسی، را در نظر بگیرید: ناسازگاری بین کاتولیک‌ها و پروتستان‌ها در ایرلند شمالی. اگر شما بودید این ناسازگاری را چگونه برای کسی که هیچ چیز درباره‌ی ایرلند و تاریخ مسیحیت در غرب نمی‌داند توضیح می‌دادید؟

می‌توانستید بخشی از این مسئله را به واسطه‌ی اعمال داستانی نشان دهید (همان‌طور که تام کلنسی با استفاده از روایت حمله‌ی تروریستی وحشیانه‌ی علیه خانواده‌ی سلطسی در لندن نشان داد). نشان دادن عملی که نتیجه‌ی یک انگیزه‌ی فرهنگی است کار آسانی است. اما در وهله‌ی اول، توضیح دادن دلایل وجود چنین انگیزه‌ی فرهنگی‌ای کار دشواری است. چرا باید این قدر نفرت وجود داشته باشد؟ هیچ وقت نمی‌شود با یک صحنه‌ی تیراندازی به این سؤال جواب داد. برای توضیح چنین مسئله‌ی پیچیده‌ای به واژه نیار داریم. این یعنی یا باید از گفت وگو استفاده کنیم یا از تک‌گویی‌های درونی.

مشکل استفاده از گفت وگو این است که مردم همین طوری درباره‌ی چیزهایی که همه می‌دانند حرف می‌زنند. ایرلندی‌های کاتولیک وقت‌شان را با یادآوری و برشمردن دلایل تاریخی ناسازگاری‌شان با پروتستان‌ها تلف نمی‌کنند.

اگر بخواهید توضیح یک انگیزه‌ی فرهنگی را در قالب گفت وگو بیان کنید، به یک شخصیت بیگانه نیاز دارید (یا یک بچه) که فرهنگ مورد نظر را درک نمی‌کند. چنین شخصیتی می‌تواند، به‌شکلی باورپذیر، سؤالات خواننده‌ی شما را به زبان آورد. اگر نمی‌توانید از یک بیگانه یا کودک استفاده کنید، باید توضیحات را از طریق مکالمات بریده



بریده به خورد خواننده بدهید تا خودش شکاف‌های بین تکه‌های اطلاعات را پر کند.

یک راه دیگر هم دارید: تک‌گویی درونی. اما این مورد از گفت‌وگو هم سخت‌تر است چون مردم به‌ندرت زمانی را صرف این می‌کنند که چیزهایی را که می‌دانند برای خودشان توضیح دهند. تأکید می‌کنیم که شما می‌توانید خرده‌های اطلاعات را به‌صورت تک‌گویی‌های درونی ارائه دهید و اطمینان داشته باشید که خواننده به‌قدری باهوش است که می‌تواند این خرده‌ها را به هم وصل کند.

تشریح: توضیح انگیزه‌های فرهنگی از طریق چکیده‌ی روایی

چرا برای توضیح انگیزه‌های فرهنگی برای خوانندگان از چکیده‌ی روایی استفاده نکنیم؟ چکیده‌ی روایی کارآمد است و ممکن است تنها راه موجود برای بوضوح یک انگیزه‌ی فرهنگی به‌خصوص و پیچیده باشد. اما چکیده‌ی روایی اغلب کسل‌کننده است. نمی‌توان داستان را به حال خودش گذاشت و در باب مسائلی نظیر تاریخ اسکاتلند تحت حاکمیت بریتانیا، قواعد اسامی در زبان روسی، تفاوت رقص لهستانی (پولکا) با تانگو، پژوهش‌های فیزیکدانان روی ذره‌ی بوزون هیگز، پیچیدگی‌های ذن و آیین بودا، یا مفهوم بیانی‌ی توسعه‌ی نژادی برای آمریکاییان در سال ۱۸۸۲ سه صفحه پشت سر هم سخنرانی کرد.

اگر از چکیده‌ی روایی استفاده می‌کنید، تلاش کنید تا حایی که می‌توانید آن را خلاصه و جالب ارائه دهید سرگرم‌کننده باشید هوشمند جلوه کنید و بدرخشید. برای اطلاعات بیشتر در مورد چکیده‌ی روایی به فصل ۱۰ مراجعه کنید.

ترکیب عناصر گوناگون برای نشان دادن انگیزه‌های فرهنگی

اگر آوار کردن اطلاعات بر سر خواننده‌ها برای توصیف محرک‌های اجتماعی کافی نباشد، نویسندگان چه باید بکنند؟ این همان چیزی است که داستان‌نویسی را به یک نبرد بدل می‌کند و نویسنده باید نبرد خود را با دقت انتخاب کند. آیا دلیل داستانی موجهی برای یک انگیزه‌ی فرهنگی وجود دارد؟ اگر نه، به چشم‌پوشی از آن فکر کنید.

اگر دلیل خوبی برای یک انگیزه‌ی فرهنگی دارید، آنگاه بهترین شیوه‌ی موجود ترکیب کردن و تطبیق دادن تمام ابزارهای دم‌دست‌تان است. ترکیبی از کنش داستانی، گفت‌وگو و تک‌گویی‌های درونی را به کار بیدید تا تکه‌هایی از انگیزه‌ی فرهنگی‌تان را به خواننده نشان دهید. سپس این تکه‌ها را با استفاده از چکیده‌ی روایی به هم بچسبانید (از این عامل هرچه کمتر استفاده کنید بهتر است). این بخش مهمی از هنر داستان‌نویسی است و هیچ‌کس نمی‌تواند در آن به درجه‌ی استادی برسد.



فصل‌های ۱۰ و ۱۵ به‌طور دقیق توضیح می‌دهند که چطور می‌شود تمام این اجزا را در قالب یک داستان باورپذیر ریخت.

انتخاب پیش‌زمینه‌ی کشمکش‌ها

داستان شما زمانی آغاز می‌شود که تغییر آغاز شود. در اینجا این سؤال مطرح می‌شود: دقیقاً تغییر چه چیزی؟ تغییر چیزی که تا پیش از این لحظه وجود داشته است. مسئولیت شما این است که بدانید آنچه تا کنون وجود داشته چیست و بعد آن را به‌وضوح به خواننده انتقال دهید و در این حین برای او توضیح دهید که چرا چنین چیزی در حال تغییر است. سؤال کلیدی‌ای که باید پرسید این است: چه وضعی در سیستم وجود دارد که الان را (نه ماه پیش یا پارسال) به زمان مناسبی برای تغییر تبدیل می‌کند؟ برای اطلاعات بیشتر در مورد پیش‌زمینه، به خواندن ادامه دهید.

تعریف پیش‌زمینه

ما از واژه‌ی پیش‌زمینه برای اشاره به بستری برای تغییر - که آغاز داستان شما را نوید می‌دهد - استفاده می‌کنیم. پیش‌زمینه دارای دو بخش است:

✓ وضعیت موجود: شرایطی که تاکنون وجود داشته است

✓ نقطه ضعفی که سبب می‌شود اوضاع برای تغییر مساعد شود

شما برای خلق پیش‌زمینه گزینه‌های زیادی دارید. در ادامه رایج‌ترین سناریوهای موجود برای داستان‌ها، به همراه پیش‌زمینه‌هایشان آمده است. اگر داستان شما درباره‌ی تغییر در یک شهر، کشور، یا جهان است - مثل جدول ۶-۲ - آنگاه پیش‌زمینه باید شامل بخشی از تاریخ آن شهر، کشور، یا جهان هم بشود.

سناریو	وضعیت موجود	نقطه ضعف
شروع جنگ	صلح	هر مشکلی که بین دو ملت وجود دارد سبب می‌شود آن‌ها به این نتیجه برسند که بهترین راه حل جنگ است؛ آیا یک منبع طبیعی مانند آب یا نفت تا حد خطرناکی کاهش پیدا کرده است؟ آیا یکی از مملکت‌ها سلاح خطرناکی ساخته است؟ آیا یکی از طرفین با کشور ثالثی پیمان اتحاد بسته است؟
پایان جنگ	جنگ	یکی از طرفین به‌مدتی ضعیف شده است که اکنون باید دعوی صلح داشته باشد
رسیدن جنگ به یک مرحله‌ی تعیین‌کننده	جنگ	معمولاً یک موقعیت تاکتیکی که یکی از طرفین می‌تواند از آن به نفع خود استفاده کند تا جهت جنگ را تغییر دهد؛ پی‌کننده ناگهان آسیب‌پذیر شده، گذرگاهی کوهستانی، جبهه‌ی پشتیبانی، یا یک کارخانه‌ی مهمات‌سازی، همه می‌توانند هدف‌های تاکتیکی خوبی باشند
آستانه‌ی تحول فرهنگی	زندگی طبق معمول	تقریباً هر چیزی می‌تواند جامعه را در برابر تغییرات فرهنگی آسیب‌پذیر کند؛ فناوری تازه، مهاجرت یک فرهنگ خارجی، اندیشه‌های جدید و یا حتی یک زمین تازه که مثل نمب صدا کرده است.
یک فاجعه‌ی طبیعی جامعه یا سببی را تهدید می‌کند	زندگی طبق معمول	همین که جامعه یا ملیت آمادگی این نوع خاص را نداشته باشد؛ خواه سبب باشد، خواه گردید، یا زمین‌لرزه، این فاجعه قرار است زندگی عادی را شدیداً زیر و رو کند.

جدول ۶-۳ برخی از پیش‌زمینه‌ها را برای داستان‌هایی که روی تغییرات شخصی تمرکز می‌کنند، برمی‌شمرد. اگر داستان شما درباره‌ی تغییرات شخصی است، آنگاه پیش‌زمینه، اغلب پیشینه‌ی یک یا چند تن از شخصیت‌هاست. اما حتی در این گروه از داستان‌های بسیار شخصی هم دنیای داستانی بسیار اهمیت دارد. برای مثال، در یک دنیای داستانی که در آن خشونت علیه زنان امری طبیعی است، راه‌های پیش روی زن کتک خورده بسیار محدودند. به‌طور مشابه، دنیای داستانی پررنگ‌تر، عوامل تعیین‌کننده‌ی نوع اهداف شخصی شخصیت‌ها را تعریف می‌کند.

سناریو	وضعیت موجود	نقطه ضعف
فردی تصمیم می‌گیرد برای بهبود زندگی‌اش تعبیری یحاد کند	"زندگی عادی، یا حسته کنده، با مصیبت‌ناز من"	"دیگر نمی‌توانم این طوری زندگی کنم" - رنی که تصمیم می‌گیرد دیگر کتک نخورد؛ مبتدای که به هول معروف، به آخر خط رسیده؛ یک کارگر کارخانه که می‌فهمد نمی‌تواند دستگاه حضور و غیاب را حتی برای یک روز دیگر، تحمل کند
فردی تلاش می‌کند به یک هدف شخصی دست یابد	"زندگی من نا حالا"	"حالا آماده‌ام که به چیر جدیدی دست پیدا کنم" - دانشجوی کارشناسی‌ای که پس از فارغ‌التحصیلی قصد می‌کند دکتر پیش را هم بگیرد؛ دوبنده‌ای که تا به حال در مسابقات بیش از ۱۰ کیلومتر بدویده است، ممکن است تصمیم به شرکت در ماراتن بگیرد
فردی تصمیم می‌گیرد به خواسته‌اش برسد	"ندارایی‌های شخصی من"	"حالا می‌دانم که نمی‌توانم زندگی‌ام را بدون داشتن این چیر فوق‌العاده ادامه دهم" - حالا این چیر می‌تواند یک کامپیوتر جدید، یک ماشین بو یا تابوت عهد باشد؛ وقتی شخصیتی تصمیم می‌گیرد که تا به‌دسب آوردن آن از پای نشیند، هر خواننده‌ای می‌خواهد به دو سؤال او پاسخ داده شود چرا این چیر حلص؟ و چرا حالا؟
بد شدن، وصاع، در اثر تعبیری که در راه است، زندگی کسی را تهدید می‌کند	"زندگی آرام من"	"من برای این تعبیری که سر راه زندگی‌ام قرار گرفته آماده نیستم" - سکاری، همسپه‌های پر سر و صدای جدید، یا طلاق‌ی که انتظارش نمی‌رفت، می‌تواند ناگهان مثل پتک بر سر شخصیت داستان شما فرود آید

بن شما هستید که پیشینه‌ی شخصیت یا گروه فرهنگی‌تان را انتخاب می‌کنید. شما تصمیم می‌گیرید که چه نقطه ضعف‌هایی زمینه‌ی تغییر را فراهم می‌آورند. شما تصمیم می‌گیرید که چه رویدادی آغاز تغییرات را رقم می‌زند پس از گرفتن این تصمیمات باید، با استفاده از ابزارهایی که در قسمت‌های قبلی این فصل از آن‌ها سخن گفته شد (گفت و گو و چکیده‌ی روایی)، دلایل انگیزه‌های فرهنگی داستان را برای خواننده‌ها توضیح دهید. در نشان دادن پیشینه‌ی یک شخص، شما یک ابزار اضافه و اساسی دارید که می‌توانید از آن بهره بگیرید: فلش‌بک. این ابزارها را در فصل ۲ توضیح داده‌ایم و تکنیک‌های اسنفاده از آن‌ها را هم در فصل‌های ۱۰ و ۱۵ به شما یاد می‌دهیم.



تعریف سؤال داستانی تان

به محض اینکه فهمیدید پیش‌زمینه‌ی داستان‌تان چیست و چه تغییری در آستانه‌ی وقوع است، باید سؤال داستانی خود را تعریف کنید. این سؤال تقریباً همیشه پرسشی است درباره‌ی یکی از شخصیت‌های داستان. این شخصیت قهرمان داستان شماست و سؤال داستانی الزاماً در باب این است که آیا او موفق می‌شود یا خیر.

یک سؤال داستانی خوب داستان شما را روی یک موضوع خاص متمرکز می‌کند و به شکلی شفاف تعریف می‌کند که موفقیت چه حالتی می‌تواند داشته باشد و شکست به چه معاست. سؤال داستانی شما باید ویژگی‌های زیر را داشته باشد:



✓ **بی‌طرف:** خواننده (معمولاً) باید بداند چطور می‌تواند تشخیص دهد که قهرمان داستان پیروز شده است یا نه.

✓ **ساده:** خواننده باید بتواند موفقیت را مجسم کند.

✓ **مهم:** خواننده باید باور کند که سؤال داستانی برای قهرمان داستان اهمیت دارد.

✓ **دست‌یافتنی:** خواننده باید باور کند که پاسخ سؤال داستانی می‌تواند مثبت باشد.

✓ **دشوار:** خواننده باید باور کند که پاسخ سؤال داستانی می‌تواند منفی باشد.

آیا کارلوس متخلص به شغال به ژنرال دوگُل شلیک خواهد کرد؟ آیا فرودو حلقه‌ی قدرت را در ترک‌های کوه اهریم خواهد انداخت؟ آیا دوروتی به خانهاش، در کانزاس، خواهد رسید؟ آیا اسکارلت اشلی را پیدا خواهد کرد؟ این سؤالات داستان‌هایشان را صدها صفحه به پیش رانده‌اند. همه‌ی رمان‌ها به سؤال داستانی نیاز دارند. هرچه سؤال داستانی بهتر باشد، احتمال اینکه خواننده کتاب را تا پایان بخواند بیشتر خواهد بود.

مثال‌هایی از دنیای داستانی در چهار رمان مشهور

در این قسمت مثال‌هایی از دنیای داستانی چند رمان - در ژانرهای عاشقانه، تاریخی، مهیج و علمی - تخیلی - ارائه خواهیم کرد. درباره‌ی انگیزه‌های فرهنگی این رمان‌ها نیز با شما صحبت می‌کنیم و نشان‌تان می‌دهیم که پیش‌زمینه‌ی هر دنیای داستانی چطور به شکل طبیعی به سوی سؤالی خیز برمی‌دارد که کشمکش اصلی آن داستان را تعریف می‌کند.

غرور و تعصب

غرور و تعصب رمان عاشقانه‌ای است که جین آستن در وایل قرن ۱۹ به رشته‌ی

تحریر در آورده است. این داستان در انگلستان و در فاصله‌ی سال‌های ۱۸۱۱ و ۱۸۱۲ رخ می‌دهد و موضوع اصلی آن خانواده‌ی بِنِت‌ها در لانگ‌بورن است و ماجراها به لندن و دربی‌شایر هم کشیده می‌شوند. بنابراین می‌شود گفت که دیبای طبیعی این رمان بسیار محدود است: تکه‌ی کوچکی از جهان که چندان هم عجیب و ناشناخته نیست.

اما یک انگیزه‌ی فرهنگی خاص سبب می‌شود که این رمان هنوز هم مانند اولین روزهای انتشارش جالب توجه باشد. آقا و خانم بِنِت پنج دختر دارند که هیچ‌کدام آن‌ها نمی‌توانند املاک خانواده‌ی بِنِت در لانگ‌بورن را به ارث ببرند، زیرا املاک باید "لزماً" به نزدیک‌ترین خویشاوند مرد "انتقال" پیدا کنند که این خویشاوند کسی نیست به جز یک روحانی اعصاب خردکن به نام آقای کالینز. پنج دختر خانواده به عنوان فرزندان یک مرد محترم از موقعیت اجتماعی خوبی برخوردارند، اما پوی در بساط ندارند و بنابراین آینده‌ی روشنی در انتظارشان نیست. این دخترها هیچ مهارت شعلی‌ای هم ندارند و نمی‌توانند از عهده‌ی زندگی خود برآیند بهترین امید آن‌ها ازدواج با مردانی است که ثروتمند هستند و اهمیتی به فقر آن‌ها نمی‌دهند. دشواری ازدواج کردن با یک آدم پولدار در سال ۱۸۱۱ به اندازه‌ی سختی این کار در قرن بیست و یکم بود. این انگیزه‌ی فرهنگی، یعنی انتقال اموال، نیز در قالب نابرابری‌های جنسیتی می‌گنجد و به این ترتیب رمان غرور و تعصب جلوه‌ای ابدی پیدا می‌کند.

وقتی داستان شروع می‌شود، وضعیت موجود این است که دختران خانواده‌ی بِنِت هنوز عروسی نکرده‌اند. نقطه ضعف وضعیت موجود این است که دو دختر بزرگ خانواده، یعنی جین و لیزی، به سن ازدواج رسیده‌اند و اگر به‌زودی شوهر خوبی پیدا نکنند به دختر ترشیده تبدیل می‌شوند. مادر عرم‌اش را جزم کرده که این دو دختر را در اولین فرصت شوهر دهد.

داستان زمانی شروع می‌شود که محله با تغییر روبه‌روست. آقای جوان و ثروتمندی به نام آقای بینگلی می‌خواهد ملک بِدرفیلد را، که در همان حوالی واقع شده، اجاره دهد. بینگلی درآمدی معادل ۵۰۰۰ پوند در سال دارد. اگر یکی از دختران خانواده‌ی بِنِت با وی عروسی کند، موقعیت اجتماعی بقیه‌ی دخترها هم بهتر می‌شود و ممکن است آن‌ها هم بتوانند ازدواج کنند. قهرمان داستان، یعنی لیزی بِنِت، دومین دختر خانواده است. لیزی می‌خواهد با عشق ازدواج کند، نه برای پول و به همین علت شرایط را نسبت به دیگر دخترها برای خودش سخت‌تر کرده است.

حالا سؤال داستانی چنین است: آیا لیزی می‌تواند با مرد باشخصیتی آشنا شود که بتواند او را، با وجود فقرش، دوست بدارد؟

ستون‌های زمین

ستون‌های زمین، اثر کین فولیت، یک رمان تاریخی است که دارای عناصر قوی تعلیق و عاشقانگی نیز هست. داستان این رمان، که در سال ۱۹۸۹ به چاپ رسید، در انگلستان قرن ۱۲ و در فاصله‌ی سال‌های ۱۱۲۳ تا ۱۱۷۴، رخ می‌دهد. داستان درباره‌ی یک شهر ساختگی به نام کینگزبریج است، که به شهری با همین نام شباهت دارد. دنیای داستانی این رمان کلاً در انگلستان واقع شده است.

این رمان چندین انگیزه‌ی فرهنگی دارد:

✓ بارون‌های انگلیسی، برای تضعیف شاه هنری اول و خانواده‌اش، از هیچ کاری دریغ نمی‌کنند. داستان با غرق شدن کشتی سپید و در نتیجه مرگ تنها وارث قانونی شاه هنری، پسرش ویلیام، آغاز می‌شود. در قسمت عمده‌ی داستان جنگ داخلی در حال ویران کردن انگلستان است و در آستانه‌ی پایان رمان، شاه هنری دوم - که بابت قتل اسقف اعظم، تامس بکت، مجازات می‌شود - دیگر مشروعیت قانونی ندارد.

✓ معماری در حال تغییر است، زیرا ریاضی‌دانان و مهندسان مسلمان ایده‌های جدیدشان را از راه اسپانیا به اروپا انتقال داده‌اند. معماری گوتیک جدید، معماری رومی‌وار را که پیش‌تر در اروپا رواج داشته ست، برمی‌اندازد.

✓ در کینگزبریج، یک کشمکش سه جانبه بر سر قدرت بین اسقف، کشیش ارشد صومعه و کُنت در گرفته است. راهبان صومعه می‌خواهند یک کلیسای جامع بسازند، اما بنای ماهره ندارند.

وقتی داستان شروع می‌شود، وضعیت موجود این است که شاه هنری، شاه قدرتمندی است. نقطه ضعف موجود این است که شاه، که در حال پیر شدن است، فقط یک وارث قانونی دارد و او پسرش ویلیام است. وقتی دشمنان هنری کشتی سپید را سوراخ می‌کنند، غرق شدن ویلیام سبب می‌شود سرنوشت تخت سلطنت در حال‌های از ابهام فرو رود و به این ترتیب راه برای ناآرامی‌های داخلی هموار می‌شود.

تام بنا، که چیز زیادی از سیاست‌های دربار نمی‌داند، شخصیت اصلی قسمت‌های آغازین کتاب است. تام فقط می‌خواهد کلیسای جامع را درخور شکوه پروردگار بسازد. وقتی او را برای ساختن کلیسای جامع کینگزبریج استخدام می‌کنند، او با صومعه هم‌بیمان می‌شود و به این دلیل دیگر گروه‌ها با او دشمن می‌شوند. ناآرامی‌های داخلی انگلستان موانع بزرگی بر سر راه تام قرار می‌دهند.

سؤال داستان این است: آیا تام و پسرخوانده‌اش جک می‌توانند با وجود تهدیدهای

آشوب‌های داخلی، دشمنان محلی و تحولات عظیم پیش آمده در طراحی‌های معماری کار ساختمان را به پایان رسانند؟

بازی میهن‌پرستان

بازی میهن‌پرستان رمان مهیجی است که توسط تام کنسی نوشته و در سال ۱۹۸۷ چاپ شد. داستان این رمان در اوایل دهه‌ی ۸۰ میلادی رخ می‌دهد، بخشی از آن در لندن، بخشی در ایرلند و بخش دیگری در ایالات متحده به وقوع می‌پیوندد.

انگیزه‌ی فرهنگی اصلی، درگیری‌های طولانی مدتی است که در ایرلند شمالی، بین کاتولیک‌ها و پروتستان‌ها وجود دارد. وضعیت موجود این است که ارتش جمهوری خواه ایرلند هرگز به خانواده‌ی سلطنتی حمله نکرده است. نقطه ضعف این است که گروه جدیدی به نام ارتش آزادی خواه آلستر (Ulster)، که به تازگی شکل گرفته است اهمیتی نمی‌دهد که به چه کسی حمله خواهد کرد، ارتش آزادی خواه آلستر گروهکی اسب کوچک، پنهانی، آموزش دیده، کاملاً مسلح، که از نظر مالی هم به خوبی تأمین می‌شود. اهداف این گروهک عبارتند از گروگان گرفتن اعضای خانواده‌ی سلطنتی و براندازی ارتش محلی جمهوری خواه ایرلند.

داستان زمانی شروع می‌شود که گروهک آلستر در روز روشن به شاهزاده چارلز، همسر و فرزند شیرخوارش در لندن حمله می‌کند. فقط اقدام به موقع جنک رایان است که جوی موفقیت این حمله را می‌گیرد. رایان استاد تاریخ دانشگاه نیروی دریایی است. اما سازمان سیا به دنبال اوست تا او را برای پیوستن به این سازمان، به عنوان یک تحلیلگر، راضی کند. با نجات خانواده‌ی سلطنتی، رایان فوراً در بریتانیا تبدیل به یک قهرمان می‌شود؛ و طبعاً دشمن گروهک سری آزادی خواه.

سؤال داستان این است: آیا جنک رایان می‌تواند ارتش آزادی خواه آلستر را، پیش از آنکه آن‌ها از او و خانواده‌اش انتقام بگیرند، شناسایی کند و تحویل قانون دهد؟

بازی ایندر

بازی ایندر رمانی علمی - تحلیلی، به قلم اورسن اسکات کارد است، که در سال ۱۹۸۵ به چاپ رسید. بخشی از داستان روی کره‌ی زمین رخ می‌دهد و بخشی از آن روی سیارکی به نام اِرس. بیشتر داستان در مدرسه‌ی نبرد رخ می‌دهد که سفینه‌ای است که دور زمین می‌گردد. زمان وقوع حُرِبانات، حداقل یک قرن در آینده است (اما نه بیشتر از آن).

چند گروه فرهنگی در بازی ایندر نقش ایفا می‌کنند. زمین دارای سه رهبر سیاسی است: هِجِمون، پُلِمَارک و استراتِگوس. اکثر کشورها به زبان واحدی به نام زبان استاندارد

سخن می‌گویند اما خیلی از آن‌ها زبان مادری خود را به‌عنوان زبان دوم به بچه‌هایشان آموزش می‌دهند. مردم در "نِـتس" بحث‌های سیاسی آتشین می‌کنند. اما هنوز هم در پس پرده‌ی اتحاد بین‌المللی، تمام ملی‌گرایی‌های ویرانگر گذشته به قوت خویش باقی‌اند. البته به خاطر خطر حملات بیگانگان، این مسائل موقتاً کنار گذاشته شده‌اند.

پیش‌زمینه‌ی داستان پیچیده است. حدود ۸۰ سال پیش از آغاز داستان، یک نژاد بیگانه از موجودات هوشمند مورچه‌مانند ("باگراها") تلاش کردند به زمین حمله کنند. انسان‌ها حمله‌ی اول را به‌دشواری دفع کردند. زمانی که حمله‌ی دوم اتفاق افتاد، همه چیز تقریباً از دست رفته بود، اما یک جنگجوی استثنائی به نام می‌زر رک‌هام، با زحمت بسیار باگراها را شکست داد. اکنون زمین در اوج نگرانی، در انتظار حمله‌ی سوم است و می‌داند که دشمن این بار سلاح‌های بسیار وحشتناک‌تری را به‌کار خواهد برد.

فناوری بشری از زمان حمله‌ی دوم تاکنون توسعه یافته است. پیشرفت کلیدی زمانی حاصل شد که انسان‌ها موفق به اختراع فناوری جدیدی به نام "آنسیپل" شدند که به کمک آن می‌توانستند در لحظه، از هر مسافتی در کیهان با هم ارتباط برقرار کنند. پیش از اختراع فناوری آنسیپل، ناوگان بین‌المللی به کمک ارتباطات رادیویی فقط می‌توانست با سرعت نور پیام‌ها را مخابره کند. این سرعت در قالب مسافت‌های بسیار زیاد کیهانی بسیار اندک می‌نمود. آنسیپل شانس انسان‌ها را در نبرد بالا برد اما وجودش برای پیروزی کافی نیست، زیرا تعداد باگراها از انسان‌ها خیلی بیشتر است.

تنها امید بشر این است که نابغه‌ای نظامی مانند می‌زر رک‌هام پیدا کند تا به کمک او بر باگراها چیره شود. ناوگان بین‌المللی دیوانه‌وار در زمین به جستجوی کودکانی با استعدادهای خارق‌العاده می‌پردازد و آن‌ها را به مدرسه‌ی نبرد می‌برد تا آموزش ببینند. وضعیت موجود این است که باگراها ممکن است هر لحظه سر برسند و بشر هنوز آماده‌ی رویارویی با آن‌ها نیست. نقطه ضعف شرایط موجود این است که ظاهراً یک کودک ۶ ساله اولین گزینه‌ی ممکن ناوگان است.

اندرو وِگین کوچک (که اندر صدایش می‌زنند) یک بچه‌ی استثنائی و سومین بچه‌ی خانواده‌اش در زمینی است که دچار انفجار جمعیت است و خانواده‌های کمی در آن اجازه‌ی به دنیا آوردن بیش از دو فرزند را دارند. اندر استعداد نظامی بسیار خوبی از خود نشان می‌دهد. او باهوش و سرسخت است و تعادل خوبی بین ظرفیت استثنائی‌اش برای همدلی و بی‌رحمی بی‌بدیش برقرار کرده است.

بازی اندر داستان اندر است که داوطلبانه در برنامه‌ی آموزشی سهمگینی شرکت می‌کند تا برای نبرد بعدی زمین با باگراها آماده شود. مربیان اندر معتقدند که جنگ بعدی با نابودی یکی از دو طرف - زمینی‌ها یا بیگانگان - تمام خواهد شد.

سؤال داستانی این است: آیا اندر ویگین می‌تواند رده‌های مدرسه‌ی نبرد را به سرعت طی کند و به موقع فارغ‌التحصیل شود تا مردم سرزمینش را نجات دهد؟

واکاوی دنیای داستانی

دانش شما درباره‌ی دنیای اطراف به شما کمک می‌کند زندگی کنید، غذا بخورید، کار کنید، ازدواج کنید، بچه‌دار شوید، دوست پیدا کنید، مهمانی بگیرید، مناسبت‌ها را جشن بگیرید، سفر کنید، وصیت‌نامه بنویسید، دعوی قانونی طرح کنید و در برابر دشمنان‌تان محافظت شوید. اگر ندانید که این موارد چطور در دنیای داستانی شما امکان‌پذیرند، آنگاه چطور می‌خواهید همچنان که شخصیت‌هایتان می‌کوشند به یکی از آن‌ها بپردازند، درباره‌شان بنویسید؟

پژوهش کمک می‌کند شما در برابر بیماری بسیار خطرناکی به نام خشکی قلم ایمنی پیدا کنید. این بیماری اغلب فقط به خاطر نداشتن دانش کافی درباره‌ی دنیای داستانی بروز می‌کند. پژوهش، دیدگاه‌های جدید و قدرتمندی برایتان به همراه می‌آورد که شما را به وجد می‌آورند و در نهایت ممکن است خواننده را هم به وجد آورند.



چه چیزهایی را باید درباره‌ی دنیای داستانی بدانیم؟ همه چیز! اما از آنجا که داشتن دانش کامل امکان‌پذیر نیست، پژوهش شما همیشه ناتمام خواهد بود. برای تمام مقاصد عملی، شما باید به قدری تحقیق کرده باشید که انتظارات خواننده‌ها را برآورده کنید. ما در اینجا توصیه نمی‌دهیم که چطور باید تحقیق کنید. اما منابع بدیهی اطلاعاتی که به آن‌ها نیاز دارید از این قرار است:

✓ تجربیات شخصی (که همیشه قابل بسط دادن هستند)

✓ دیگر افراد

✓ کتاب

✓ اینترنت

✓ سایر منابعی که شما در طول یک عمر کسب آگاهی با آن‌ها آشنا شده‌اید

دعده‌ی اصلی ما در اینجا این است که به شما بگوییم برای تحقیق درباره‌ی دنیای داستانی‌تان واقعاً به چه چیزهایی نیاز دارید (و چقدر باید تحقیق کنید) تا بتوانید کتاب خود را بنویسید.

شناسایی چیزهایی که باید درباره‌ی دنیای داستانی بدانید

ممکن است همین الان هم دنیای طبیعی، گروه‌های فرهنگی و پیش‌زمینه‌ی داستان خود را در ذهن داشته باشید (به قسمت‌های قبلی مراجعه کنید) یا اینکه هنوز در تکاپوی درک آن‌ها باشید. فرقی نمی‌کند در چه مرحله‌ای هستید؛ پرسیدن چند سؤال از خودتان جزئیات کافی را در اختیارتان قرار می‌دهد تا به کمک آن‌ها بتوانید مفهومی قانع‌کننده از زمان و مکان را به خوانندگان ارائه کنید.

ما هرگز نمی‌توانیم فهرست کاملی در اختیارتان قرار دهیم. اما مواردی که در ادامه می‌خوانید اصلی‌ترین موضوعات مربوط به دنیای داستانی هستند که باید پیش از نوشتن، درباره‌شان تحقیق کنید (یا از قبل اطلاعات داشته باشید):

✓ **جغرافیا:** جغرافیا صحنه‌ی جامد دنیای شماست: قاره‌ها، اقیانوس‌ها، رودخانه‌ها، دریاچه‌ها، کوهستان‌ها و غیره. اگر داستان شما روی سیاره‌های مختلفی به وقوع بپیوندد، شما باید با جغرافیای هر کدام از آن‌ها آشنا باشید. اگر داستان شما به یک کشور یا شهر یا خانه محدود است، شما می‌توانید پژوهش خود را به جغرافیای آن محل خاص محدود کنید.

✓ **آب و هوا:** آب و هوا را الگوهای بلند مدت شرایط جوی دنیای داستانی تعریف می‌کنند. آیا منطقه‌ی داستان شما در تمام سال آفتابی است؟ یا دائماً شاهد یخبندان است؟ چقدر باران می‌بارد؟ میانگین دما در زمستان، بهار، تابستان و پاییز چقدر است؟ (آیا اصلاً این چهار فصل را دارید؟ یا فصل‌های کمتر یا بیشتری در دنیای داستان‌تان وجود دارد؟ مثلاً آیا منطقه‌ی داستان شما، به‌جای این فصل‌ها، یک فصل بارش و یک فصل خشکی دارد یا وضعیت آب و هوایی آن جور دیگری است؟) در دنیای داستانی شما هر چند وقت یک‌بار مه دیده می‌شود؟ رعد و برق و صوفان چطور؟ تگرگ، گردباد، تندباد یا زمین‌لرزه چطور؟

✓ **گروه‌های فرهنگی:** چه نژادهایی از انسان (یا دیگر گونه‌های هوشمند) ساکن دنیای داستانی شما هستند؟ آن‌ها چطور در قالب گروه‌های خانوادگی، قبایل، و حدهای سیاسی، ملل، امپراتوری‌ها یا هم‌پیمانان گرد هم آمده‌اند؟ چرا به این نحو دور هم جمع شده‌اند؟ چه ناسازگاری‌های سیاسی‌ای سبب می‌شود این گروه‌ها با هم اصطکاک پیدا کنند؟

✓ **تاریخ:** گروه‌های فرهنگی دنیای داستانی شما چه مدت از گذشته‌ی خود را ثبت کرده‌اند؟ تاریخ آن‌ها شفاهی است یا کتبی؟ اصلاً تاریخ آن‌ها شامل چیست؟ آن‌ها در چه جنگ‌هایی شرکت کرده‌اند؟ آیا دوران صلح هم داشته‌اند؟ اگر بله، آن دوران‌ها چگونه بوده است؟ چه پیشرفت‌های فرهنگی‌ای شانه‌ی رشد دنیای داستانی شما بوده‌اند؟

✓ زبان: گروه‌های فرهنگی متعدد داستان شما به چه زبان‌هایی سخن می‌گویند و این زبان‌ها با هم چه ارتباطی دارند؟ آیا این زبان‌ها به گویش‌های گوناگون تجزیه می‌شوند؟ آیا بعضی از گروه‌ها به بیش از یک زبان سخن می‌گویند؟ اگر چنین است، برای این امر چه توضیح مذهبی، تاریخی یا سیاسی وجود دارد؟ آیا گروه‌های مختلف، داوطلبانه یا به اجبار زبان‌های یکدیگر را یاد می‌گیرند؟

✓ فرهنگ: دنیای فرهنگی گروه‌های انسانی داستان شما چگونه است؟ آن‌ها چه می‌خورند؟ غذایشان را چگونه و همراه چه کسی می‌خورند؟ شریک زندگی‌شان را چگونه انتخاب می‌کنند؟ آیا اصلاً شریک زندگی دارند؟ چه تن‌شان می‌کنند؟ چه زمانی می‌خوابند؟ آیا اصلاً می‌خوابند؟ در چه نوع خانه‌هایی زندگی می‌کنند؟ دنبال چه نوع مشاغلی هستند؟ آیا اهل تجارت‌اند یا برای راحتی‌شان به سازمان‌های تجاری بزرگ وابسته‌اند؟ آیا در کارشان تخصص دارند یا دستی در هر کاری دارند؟

چه نوع تفریحاتی دارند که وقتی سر کار نیستند، زمان خود را سپری کنند؟ آیا آن‌ها اصلاً وقت آزاد دارند؟ به چه نوع ورزش‌هایی می‌پردازند؟ چه نوع هنری می‌آفرینند؟ چه ادبیاتی مطالعه می‌کنند یا می‌نویسند؟ کدام سیستم قانونی از حقوق‌شان دفاع می‌کند؟

✓ علم و فناوری: سطح پیشرفت‌های علمی گروه‌های فرهنگی متعدد داستان شما چیست؟ سطح دستاوردهای مهندسی و فناوری‌شان چه؟ آیا بعضی از گروه‌ها از نظر فنی بر دیگران برتری دارند؟ آیا آن‌ها از این برتری برای سرکوب نظامی یا اقتصادی دیگران استفاده می‌کنند؟ اگر چنین است، به چه صورت؟ این مشکل در جامعه‌ی دنیای داستانی شما چه شکاف‌هایی پدید می‌آورد؟

✓ مذهب، اساطیر و مقصد: گروه‌های فرهنگی متعدد شما مبدأ آفرینش خود و جهان را چگونه توصیف می‌کنند؟ آیا این توضیحات جنبه‌ی مذهبی، علمی، یا اساطیری دارند؟ یا جور دیگری‌اند؟ گروه‌های فرهنگی داستان شما فکر می‌کنند برای چه وجود دارند؟ آن‌ها چه آینده‌ای را برای خود محسم می‌کنند؟ آیا این آینده، دورن صلح و زندگی مسالمت‌آمیز با دیگران است یا دوران چیرگی بر آن‌ها؟ یا اینکه آینده‌ی بهایی به معنی ویرانی کامل دیگر گروه‌های فرهنگی است؟

اگر رمان علمی - تخیلی، خیال‌انگیز یا تاریخی می‌نویسید، آن‌گاه این سؤالات تنها آغاز کارند و شما باید به واکاوی عمیق‌تری بپردازید. از سویی دیگر اگر پیرو این توصیه‌ی معروف هستید که "آدم باید چیزی را بنویسد که می‌داند"، آنگاه ممکن است احساس کنید این سؤالات ربطی به داستان شما ندارند و لازم هم نیست تحقیقی بکنید.

دانستن اینکه چقدر تحقیق کافی است

بالاخره تحقیق باید یک جایی به پایان برسد. اگر این اتفاق نیفتد شما هیچ وقت رمان خود را نخواهید نوشت. جی. آر. آر. تالکین برای خلق زمین میانه چند دهه زحمت کشید اما در نهایت یک روز نشست و شروع به نوشتن هابیت و ارباب حلقه‌ها کرد.

چقدر باید تحقیق کنیم؟ اطلاعاتی که می‌دانید باید صد برابر از آنچه در داستان به کار می‌برید بیشتر باشد. ما نمی‌توانیم این نکته را ثابت کنیم، اما شدیداً به آن باور داریم.



اگر دنیای داستانی شما دنیای ساده‌ای است که در آن زندگی می‌کنید، تحقیق شما تقریباً انجام شده است. شما آن قدری در این دنیا زندگی کرده‌اید که بدانید چطور در موردش رمان بنویسید. پس احتمالاً اطلاعات‌تان از آن حداقل در نظر گرفته شده بسیار بیشتر است.

اگر دنیای داستانی‌تان را به‌خوبی نمی‌شناسید، باید دسب به کار شوید. مقدار تحقیقی که باید انجام دهید به‌شدت به‌گونه‌ی داستانی‌تان بستگی دارد. گونه‌های داستانی زیر بیشترین تحقیق را لازم دارند. تحقیق درباره‌ی مام گونه‌های دیگر با آزادی بیشتری صورت می‌گیرد:

✓ **تاریخی:** توجه کنید که رمان تاریخی یک گونه‌ی رسمی از رمان نیست. وژهی تاریخی صفتی است که می‌تواند کنار اسم هر گونه‌ی داستانی دیگری، که در فصل ۳ به آن پرداختیم، به کار رود. اما از این ایراد فنی که چشم‌پوشیم، اگر شما می‌خواهید هر نوع رمان تاریخی‌ای را بنویسید باید حسابی در تحقیقات‌تان دست و دلبازی به خرج دهید.

قاعده‌ی کلی این است که اگر می‌توانید چیزی را پیدا یا ریشه‌یابی کنید، نباید درباره‌ی آن چیزی از خودتان بنویسید. اما اگر موضوعی هست که واقعاً ناشناخته مانده، پر کردن شکاف‌های اطلاعاتی با استفاده از قوه‌ی تخیل آگاهانه‌تان اشکالی ندارد.



✓ **علمی - تخیلی و خیال‌انگیز:** رمان‌های علمی - تخیلی و خیال‌انگیز معمولاً نیازمند نوعی تحقیق تخصصی به‌نام ساخت دنیاست. شما باید همان سؤالاتی را پاسخ دهید که در صورت تحقیق روی رمان تاریخی باید پاسخ می‌دادید. اما این بار به‌جای اینکه در کتابخانه دنبال مطلب بگردید، آن‌ها را، با تکیه بر حیات درونی و سرشار خود، اختراع می‌کنید. تنها شرط موجود در اینجا این است که دنیای داستانی‌تان ماهیت یکپارچه‌ای داشته باشد.

اگر داستان علمی - تخیلی یا خیال‌انگیز می‌نویسید، ممکن است بتوانید از مطالعه درباره‌ی دیگر فرهنگ‌های کوره‌ی زمین هم بهره ببرید تا تنوع ممکن



برای گونه‌های موجود در یک سیاره را هم ببینید. این کار می‌تواند کمک‌تان کند
فرهنگ‌های دیگری را در نقاط دیگر کیهان مجسم کنید.

✓ **رمان‌های مهیج تخصصی-نظامی:** این نوع رمان بی‌شک توسط تام کلنسی خلق
شد و این نویسنده به خاطر تحقیقات موشکافانه‌اش معروف است. اگر می‌خواهید
چنین رمانی بنویسید، باید هنگام صحبت درباره‌ی سلاح‌ها، تجهیزات، تاکتیک‌ها،
شیوه‌ها و محاسبات دقت زیادی نشان دهید. خوانندگان شما اگر بتواند یک ایراد
کوچک از اطلاعات‌تان بگیرند، خیلی خوشحال می‌شوند و یک اشتباه کوچک از
سوی شما می‌تواند احترام و سودی را که آن‌ها برایتان به همراه دارند از بین ببرد.

✓ **رمان‌های مهیج حقوقی:** این نوع رمان معمولاً وارد جریات محرمانه‌ی حقوقی
می‌شود. اگر می‌خواهید در این ژانر فعالیت کنید، باید مشق‌هایتان را هم بنویسید.
اگر وقلاً وکیل هستید، حرفه‌تان برایتان امتیازاتی به همراه دارد؛ اگر نه، به‌سراغ
کتاب‌ها بروید یا یک حقوق‌دان پیدا کنید که مایل است کمک‌تان کند.

اگر عاشق تحقیق هستید، واقعیت دردناکی که باید بدانید این است که اطلاعات شما
درباره‌ی دنیای داستانی‌تان هرگز به آن حدی نخواهد رسید که راضی‌تان کند. شما
همیشه در حال کشف چیزهای جالب و جدید خواهید بود. اگر امسال وقت بگذارید و
رمان خود را بنویسید، ممکن است سال آینده چیزی کشف کنید که نشان دهد در رمان
امسال‌تان اشتباه کرده‌اید باید خطر کنید. زندگی کوتاه است و پژوهش پایانی ندارد.
پس هر وقت به اندازه‌ی کافی زحمت کشیدید و خسته شدید نفسی تازه کنید. در ضمن
منظور ما از "به اندازه‌ی کافی" زمانی است که دانش‌تان صد برابر دانش مورد نیاز برای
نوشتن رمان شده باشد. با شما هستیم! خیلی هم جدی می‌گوییم! وقتی دانش‌تان به
این حد رسید، دست از پژوهش بکشید!

چه داستان‌تان در دنیای خودتان رخ دهد، چه در یک دنیای بیگانه، لطفاً، لطفاً،
لطفاً این روی دیگر قانون هم یادتان باشد: هرگز همه‌ی دانسته‌هایتان را در یک
رمان رو نکنید. (ما رمان‌هایی خوانده‌ایم که در آن‌ها نویسنده تصمیم گرفته است که
همه‌ی دانسته‌هایش را ارائه کند. به ما در این مورد اطمینان کنید: شیوع بیماری‌های
خفاش‌ها آن قدری که برای شما جالب است، برای خواننده جالب نیست). فقط یک‌درصد
دانسته‌هایتان را بگویید. اگر نصیحت ما را، مبنی بر دانستن صد برابر بیشتر از آنچه برای
نوشتن رمان لازم است، بپذیرید، آنگاه می‌توانید بدون اتمام حتی یک دقیقه تحقیق
اضافی، ۹۹ نا کتاب بنویسید.



توانایی توضیح دنیای داستانی به هدف فروش کتاب

دیر یا رود شما محور خواهید شد دنیای داستانی خود را آنقدر خوب درک کنید که بتوانید پیش‌زمینه‌ی داستانی آن را تعریف کنید، اگر روزی قرار باشد که داستان خود را برای یک ناشر یا نماینده‌ی ادبی توضیح دهید، حتماً به داشتن چنین درک بالایی از دنیای داستانی نیاز پیدا خواهید کرد. یک ورق کاغذ بردارید یا برنامه‌ی وُرد را روی کامپیوترتان بار کنید و به سؤالات زیر پاسخ دهید:



✓ **دنیای طبیعی داستان شما چیست؟** مرزهای جغرافیایی رخدادهای داستان خود را توصیف کنید. اگر داستان شما به یک فاجعه‌ی طبیعی وابسته است، آن را توصیف کنید. اگر داستان خیال‌انگیز می‌نویسید و در آن عنصر سحر و جادو وجود دارد، محدوده‌های آن را مشخص کنید. اگر داستانی علمی - تخیلی می‌نویسید که به قوانین فیزیک - یا علوم دیگر - بستگی دارد، توضیح دهید که این قوانین به چه نحو با قوانین دنیای عادی متفاوتند. پاسخ خود را به یک تا دو بند محدود کنید.

✓ **گروه‌های فرهنگی داستان شما کدامند؟** هر گروه فرهنگی موجود در داستان را توصیف کنید و در خلال این توصیف، انگیزه‌های فرهنگی اصلی مؤثر بر آن‌ها را (سیاست، زبان، اقتصاد، تاریخ، حقوق، جامعه‌شناسی، مذهب، اسطوره‌شناسی و غیره)، که روی داستان شما هم تأثیر می‌گذارند، بیان کنید. به عنوان کردن سه تا چهار مورد بسنده کنید و سپس بگویید چرا موارد انتخابی‌تان حائز اهمیت‌اند.

✓ **چه چیزی تغییر را در داستان شما امکان‌پذیر می‌کند؟** تمایل برای به‌دست آوردن، انجام دادن یا تبدیل شدن به چیزی؟ یا فاجعه‌ای در آستانه‌ی وقوع که باید از آن دوری شود؟ چه چیزی مانع این شد که ماجرای داستان شما پیش‌تر اتفاق بیفتد؟ چه چیزی مانع می‌شود که این اتفاق در آینده بیفتد؟

حالا سؤال داستانی رمان خود را بنویسید. مثال‌های پیشین ما را به عنوان راهنما به کار بندید، یا سؤال داستانی خود را به شکل مقابل طرح کنید: "آیا [شخصیت اصلی] می‌تواند با وجود [موانع داستان] به [هدف داستان] دست پیدا کند؟"

ممکن است شما هنوز سؤال داستانی خود را ندانید. ممکن است دنیای داستانی خود را به درستی نفهمیده باشید، یا هنوز ندانید که کدام قسمت(های) پیش‌زمینه‌ی داستانی شما مهم‌تر هستند. ولی بالاخره این‌ها را خواهید دانست. اگر این اطلاعات را ندارید، لازم نیست الان نگران‌شان باشید، فقط همزمان با نوشتن داستان به آن‌ها فکر کنید. یک روز، شانس روزی که انتظارش را نداشته باشید، قضا با جا می‌افتند. وقتی چنین شد، به این صفحه برگردید و به سؤالات بالا پاسخ دهید.

فرایندی که برای پیدا کردن ماحرای داستان‌تان در پیش می‌گیرید مهم نیست، اینکه برای این منظور، چه اقداماتی را به چه ترتیبی انجام می‌دهید هم مهم نیست، تنها چیزی که مهم است این است که در نهایت داستانی داشته باشید که هم خواننده‌ها را وجد آورد و هم بتوانید آن را برای نماینده‌ی ادبی یا ویراستار توضیح دهید. تعریف سؤال و پیش‌زمینه‌ی داستانی‌تان دو تکه‌ی این پازل هستند.

خلق شخصیت‌های باورپذیر

در این فصل

- ◀ پر کردن نقش شخصیت‌ها
- ◀ برتابیدن گذشته‌ی شخصیت‌ها
- ◀ نشان دادن وقایع از دریچه‌ی چشم شخصیت
- ◀ روایت داستان در زمان حال یا گذشته
- ◀ کمک به خواننده در شناخت شخصیت‌ها

اگر می‌خواهید داستانی حقیقتاً به‌یاد ماندنی بنویسید، بهترین راه پیش پایتان این است که کار را با یک شخصیت فوق‌العاده آغاز کنید؛ شخصیتی که از صفحات کتاب بیرون می‌جهد و پا درون ذهن خواننده می‌گذارد. یک شخصیت فوق‌العاده کاملاً واقعی به‌نظر می‌رسد و گذشته، حال و آینده دارد. در این فصل به اجزای مختلف شخصیت نگاه می‌کنیم و توضیح می‌دهیم که کارکرد هر کدام از آن‌ها به چه صورت است.

داستان‌نویسان رمان بسیار زیادی را صرف توسعه و شناخت شخصیت‌های اصلی خود می‌کنند؛ آن‌ها برای زندگی شخصیت‌ها سوابق پیچیده‌ای در نظر می‌گیرند و عمق گذشته‌ی آن‌ها را می‌کاوند تا انگیزه‌هایشان را پیدا کنند. این کار وقت تلف کردن نیست! اگر شما شخصیت‌هایتان را شناسید، خواننده‌ها هم آن‌ها را نخواهند شناخت.



در این فصل کمک‌تان می‌کنیم گذشته، حال و احتمالاً آینده‌ی شخصیت‌ها را بشناسید و بعد آن‌ها را برای خواننده فاش کنید. همچنین کمک‌تان می‌کنیم داستان را چطور از دریچه‌ی نگاه شخصیت‌ها نشان دهید (چه راوی داستان خود شخصیت باشد، چه شما باشید که داستان او را تعریف می‌کنید).

تعریف شخصیت‌ها: چه کسی در رمان شما نقش دارد؟

قطعاً شما در خلق شخصیت‌ها نوآوری می‌کنید. اما در عین حال در رابطه با نحوه‌ی عملکرد بعضی از آن‌ها در داستان، الگوهای تثبیت شده‌ای را هم دنبال می‌کنید. به این

الگوها می‌گویند کهن‌الگو. کهن‌الگو به خواننده کمک می‌کند ارتباط داستان را درک کند. به نمونه‌هایی از کهن‌الگوهای رایج در داستان‌نویسی نگاه کنید:

✓ **قهرمان (آدم‌خوبه):** آدم‌خوبه‌ی داستان شما معمولاً همان کسی است که خواننده از او هواداری می‌کند. اکثر رمان‌ها یک قهرمان قوی دارند که اغلب دارای ایراداتی هم هست. جک ریان قهرمان بسیاری از رمان‌های تام کلنسی است. رابرت لینگ‌دان قهرمان رمان *راز داوینچی*، نوشته‌ی دن براون است. در اکثر گونه‌های داستانی قهرمان می‌تواند مذکر یا مؤنث باشد. آیا، یک انسان مؤنث، قهرمان مجموعه داستان‌های قبیله‌ی خرس غارنشین، نوشته‌ی جین اول است. کینزی میل‌هون قهرمان مجموعه داستان‌های *مرآلود خانم سو گزفتن* است که اولین داستان آن «میم» مثل مدرک نام دارد.

در رمان‌های عاشقانه، قهرمان داستان زن (شیرزن) است و فرد مورد علاقه‌ی او نقشی حاشیه‌ای دارد اما در هر صورت او هم قهرمان داستان تلقی می‌شود. در این گونه‌ی داستانی، تمام شخصیت‌های دیگر نقش‌های ثانویه دارند. در بر باد رفته اسکارلت و رت دو قهرمان اصلی (زن و مرد) داستان‌اند.

✓ **ناقهرمان (آدم‌بد):** آدم‌بدی داستان معمولاً کسی است که در برابر آدم‌خوبه قد علم می‌کند. در مجموعه‌های طولانی یک قهرمان دارای چندین دشمن یا ناقهرمان است؛ یکی برای هر کتاب. مثلاً در مجموعه‌ی *جیمز باند*، هر داستان ناقهرمان جدیدی دارد. البته ممکن است این شخصیت منفی زنده بماند و بار دیگر در داستان ظاهر شود، مثل کارلا، جاسوس چیره‌دست اهل شوروی در سه‌گانه‌ی بی‌نظیر جان لو کاره: *بندزن*، *خیاط*، *سرباز*، جاسوس، دنباله‌ی آن شاگرد شریف و قسمت آخر آن *افراد آقای اسمایلی*. آدم‌بدی ممکن است شخصیت اصلی نیز باشد، مثل شغال در رمان *روز شغال*، نوشته‌ی فردریک فورسایت.

✓ **ضدقهرمان:** این مورد یک قهرمان نامتعارف است که ویژگی‌های قهرمان‌های معمول را ندارد. به‌عنوان مثال می‌توان به به‌آلک لیماس اشاره کرد؛ جاسوس چالاک‌کی که در رمان *جان لو کاره*، جاسوسی که از سردسیر آمد، به یک جاسوس سه‌جانبه تبدیل می‌شود.

✓ **وردست:** این شخصیت معمولاً دوست صمیمی قهرمان داستان است که اغلب دارای خصلت‌هایی است که مکمل شخصیت اصلی‌اند. دکتر واتسون در مجموعه‌ی شرلوک هلمز نقش وردست را دارد و اغلب با هفت‌تیر یا نیروی جسمانی خود به یاری عدالت می‌شتاند. اسپایک و مک‌کوی وردست‌های دوقلوی کاپیتان کِرک در مجموعه‌ی *جنگ ستارگان* هستند که از روحیات منطقی و احساسی وی پشتیبانی می‌کنند.

✓ **مرشد:** مرشد معلمی دانا و مُسن است که قهرمان داستان را در راه بلوغ هدایت می‌کند. اوبی‌وان کنوبی در جنگ ستارگان نقش مرشد لوک اسکای‌واکر را ایفا می‌کند. گندالف در ارباب حلقه‌ها مرشد فرودو بگینز است. نقش مرشد نقش خطرناکی است؛ مرشد اکثراً می‌میرد و قهرمان را - که هنوز کاملاً تعلیم ندیده - به حال زار خود رها می‌کند.

اگر کمی تحقیق کنید فهرست‌های بلند بالایی از کهن‌الگوها خواهید یافت: شاید، چندچهره، ابله، حادوگر، قلدر، قصه‌گو، اغواگر و بسیاری دیگر. این فهرست‌ها هم می‌توانند به فکر شما جهت دهند و هم در نظرتان بدیهی بنمایند؛ این بستگی به استعداد طبیعی شما در خلق شخصیت دارد.

عجیب نیست اگر ویژگی‌های دو کهن‌الگو را با هم ترکیب کنیم یا شخصیتی کهن‌الگویی را به شکل نامتعارفی بازی دهیم. پیشهاد می‌کنیم اجازه ندهید کهن‌الگوهایتان کلیشه شوند (کمی جلوتر، قسمت "پرهیز از کلیشه" را بخوانید). اما اگر تفکر کهن‌الگویی کمک می‌کند شخصیت‌هایی قوی بسازید آن‌گاه به این ایده‌های بیرومند میدان دهید و ببینید شما را به کجا می‌برند.



پیش‌زمینه: هر شخصیت گذشته‌ای دارد

شخصیت شما دیروز به دنیا نیامده است. او پیشینه‌ی خانوادگی طولانی و پیچیده‌ای دارد که به عهد دقیانوس بر می‌گردد. همچنین کودکی او سرشار از فرار و نشیب و خوشبختی و بدبختی است. گذشته‌ی شخصیت شما تحت عنوان پیشینه شناخته می‌شود و امری حیاتی است. در این قسمت درباره‌ی اهمیت پیشینه صحبت می‌کنیم، کمک‌تان می‌کنیم طرح ساده‌ای از شخصیت‌تن خلق کنید و برای پرهیز از کلیشه سازی نکته‌هایی را با شما در میان می‌گذاریم.

درک دلیل اهمیت پیشینه

گذشته‌ی شخصیت نشان می‌دهد که چه جور آدمی پا به داستان می‌گذارد. اما گذشته فقط یک تابلوی راهنمای ناقص در مسیر آینده است. شخصیت شما از خودش اختیار دارد و می‌تواند تصمیم بگیرد که از گذشته‌اش فاصله بگیرد و آینده‌ی تازه‌ای را برای خود رقم بزند. اما آیا، و موفق می‌شود؟ هدف شما به‌عنوان یک رمان‌نویس این است که امکان موفقیت او را، بدون قطعیت بخشیدن به آن، برایش فراهم کنید.



در این قسمت ما توضیح می‌دهیم که چرا پیشینه برای شما اهمیت زیادی دارد و چرا برای خواننده چندان مهم نیست.

چرا پیشینه برای شما مهم است؟

شما باید بدانید شخصیت‌تان از کجا آمده، زیرا در غیر این صورت نمی‌توانید بفهمید او چه می‌خواهد یا چرا به شکل خاصی رفتار می‌کند. اگر شما ندانید، خواننده هم نمی‌داند.



البته لازم نیست پیشینه‌ی شخصیت خود را به یکباره بفهمید. بسته به الگوی نوشتاری خلاق‌تان، ممکن است قبل از شروع به نوشتن، هیچ اطلاعاتی از پیشینه‌ی شخصیت داستان نداشته باشید (برای اطلاعات بیشتر در مورد الگوهای نوشتاری به فصل ۴ مراجعه کنید). مهم نیست پیشینه چه زمانی شکل می‌گیرد؛ شما بالاخره باید از آن آگاه شوید.

نویسندگان الگوهای غریزی و ویرایش همزمان به‌ندرت پیشینه را از قبل آماده می‌کنند. آن‌ها فقط، با همان مطالب اندکی که می‌دانند، شروع به نوشتن می‌کنند. هرچه بیشتر می‌نویسند، شخصیت‌هایشان را بهتر می‌شناسند. شخصیت‌ها ذره ذره خود را آشکار می‌کنند؛ مثلاً در شب جشن فارغ‌التحصیلی دبیرستان چه اتفاقی افتاد، راز مگوی تخم‌مرغی که در کلاس دوم راهنمایی در کمد مدرسه پیدا شد چه بود، یا اینکه چطور در کودکانستان مجبور شدند یک عنکبوت را قورت بدهند. در پایان رمان، نویسنده دیگر به‌خوبی شخصیت‌ها را می‌شناسد و پیشینه‌ی آن‌ها را هم از بر است. در این مرحله وقت آن می‌رسد که رمان بازنویسی شود و قضیه‌ی عنکبوت به‌درستی توضیح داده شود.

پیروان الگوی دانه‌برفی و طرح کلی ترجیح می‌دهند پیشینه را قبل از شروع به کار به‌طور کامل آماده کنند. آن‌ها، برای این منظور، به شخصیت‌ها فکر می‌کنند، با آن‌ها مصاحبه می‌کنند و طرح‌های جامعی از زندگی آن‌ها ترسیم می‌کنند.

چرا پیشینه اهمیت چندانی برای خواننده ندارد؟

خطر در کمین نویسنده‌ی ناآگاه است: به‌محض اینکه پیشینه‌ی شخصیت را به‌طور کامل فهمیدید، بی‌تاب می‌شوید که آن را به خواننده هم بگویید. شنیدن این مطلب برای اکثر نویسنده‌ها دردناک است، اما خواننده نوشتار شما را به خاطر داستانش می‌خواند - یعنی چیزی که در حال وقوع است - نه به خاطر پیشینه‌ی آن. پیشینه، خبری دست‌چندم است. بله، وجود پیشینه برای "زمان حال" لازم است، اما خود "زمان حال" نیست.

کار شما به‌عنوان داستان‌نویس این است که خواننده را طوری به داخل داستان بکشانید که او در نهایت کنج‌کاو شود که بداند چرا شخصیت داستان رفتار خاصی از خود بروز می‌دهد. اینجا همان جایی است که شما می‌توانید یک تکه از پیشینه را برای خواننده رو کنید.





پیشینه مثل سیر است: به همه چیز طعم تازه‌ای می‌بخشد، اما مقدار اندکی از آن، اثر بسیار زیادی دارد. پیشینه‌ی شخصیت‌ها را در تکه‌های کوچک و نامنظم، وارد داستان کنید تا کنجکاوی خواننده را برانگیزید و او را وادار کنید بخواند بیشتر بداند. اینکه خواننده تمایل داشته باشد بیشتر از پیشینه‌ی شخصیت‌ها بداند بهتر از این است که او بخواند کمتر درباره‌ی پیشینه بخواند. اگر در ابتدای رمان مقدار زیادی از پیشینه را روی سر خواننده آوار کنید، درخشش داستان را خاموش می‌کنید. توصیه می‌کنیم دانش شما از پیشینه، ۱۰ برابر بیشتر از چیزی باشد که با خواننده در میان می‌گذارید.

خلق پیشینه‌ی شخصیت‌ها



شما می‌توانید - با در نظر گرفتن نوع الگوی نوشتاری خلاقان - هر موقع که می‌خواهید برای شخصیت‌ها پیشینه سازید (در فصل ۴ درباره‌ی شیوه‌های نوشتاری توضیح داده‌ایم). فرض کنید فهمیده‌اید که آمادگی ساختن پیشینه‌ی شخصیتی به نام مارکوس را پیدا کرده‌اید. معمولاً باید این کار را وقتی انجام دهید که زمانی را صرف برتابیدن ویژگی‌های مارکوس کرده باشید و بدانید که او چه جور آدمی است. یک ورق کاغذ بردارید، یا یک صفحه‌ی ورد روی کامپیوتر خود باز کنید و نام آن را بگذارید "پیشینه‌ی مارکوس". سپس چنین کنید:

۱. شخصیت خود را توصیف کنید.

به سرعت شروع به نوشتن کنید. این یک تمرین خلاقانه است، پس وقت خودتان را صرف ویرایش نکنید. می‌توانید پیشینه را فردا ویرایش کنید. امروز فقط بنویسید.

مارکوس چه شکلی است؟ تاریخ تولد، رنگ چشم، رنگ مو و هر چیز دیگری را که در مورد او برایتان مهم است بنویسید.

۲. درباره‌ی تولد، دوران کودکی و نوجوانی او بنویسید.

مارکوس کجا به دنیا آمد؟ پدر و مادرش (و پدربزرگ و مادر بزرگ او) - اگر درباره‌شان می‌دانید) چه کسانی هستند؟ اولین خاطرات مارکوس درباره‌ی چه مسائلی هستند؟ بدترین اتفاقی که در کودکی‌شان برای او رخ داد چه بود؟ در دبستان کدام درس را از همه بیشتر دوست داشت و از کدام درس متنفر بود؟ چرا؟

مکتب نکید، همین طور بی‌پروا بنویسید. درباره‌ی ترس‌های مدرسه‌ی راهمایی بنویسید. آیا مارکوس در دبیرستان شاگرد خوبی بود یا به‌رور پای درس می‌نشست؟ مارکوس چه جور دانش‌آموزی بود؟ درس‌خوان، ورزشکار، رفیق‌باز، بی‌ادعا، اهل موسیقی، یا چه؟ دوست و رفیق داشت؟ اگر بله، آن‌ها چه جور آدم‌هایی بودند؟ آیا او رابطه‌اش را با دوستانش بر هم زد یا آن‌ها کنارش گذاشتند؟ آیا مارکوس

تا به حال ازدواج کرده است؟

۳. او را به دوران بزرگسالی ببرید.

دوران دانشگاه، مدرسه‌ی فنی و حرفه‌ای، خدمت سربازی یا هر فعالیتی را که مارکوس در دوران بزرگسالی انجام داد به پیش ببرید. همه چیز را روی دایره بریزید: اتفاقات خوب، بد و مخصوصاً وحشتناک. چه چیزی از نظر روحی به او آسیب زده است؟ دوستان و خانواده‌اش چه کسانی بوده‌اند؟ دشمنانش چه کسانی بودند؟ همه چیز را روی کاغذ یادداشت کنید؛ لازم هم نیست که خیلی خوش خط باشید. مارکوس دارد همه‌ی زیر و بم زندگی‌اش را برایتان رو می‌کند، پس بگذارید حرف بزند.

۴. با شخصیت‌تان مصاحبه کنید.

از او بپرسید چه چیزهایی یاد گرفته است. شرایط فعلی‌اش را چگونه می‌بیند؟ از همه مهم‌تر، دوست دارد چه تغییری در زندگی‌اش ایجاد کند؟ چه کاری دوست دارد انجام بدهد که از عهده‌اش خارج است؟ دوست دارد چگونه شخصی باشد که اکنون نیست؟ چه چیزی می‌خواهد داشته باشد که توان داشتنش را ندارد؟ شما باید این چیزها را بدانید، زیرا این‌ها مسائلی هستند که مشخص می‌کنند آینده‌ی مارکوس به چه شکل رقم خواهد خورد.

تبریک می‌گوییم! حالا شما بسیاری از جزئیات پیشینه‌ی مارکوس را فهمیده‌اید. وقتی در خلق داستان‌تان پیش بروید، خواهید دید که این اطلاعات بسیار سودمند هستند. البته کارتان هنوز تمام نشده است. احتمالاً تا مدت‌ها همچنان به پیش‌زمینه‌ی مارکوس مطلب اضافه خواهد شد. کار مهمی که باید انجام دهید، یادداشت کردن این مطالب است تا آن‌ها را از یاد نبرید.

پرهیز از کلیشه

بخشی از پیش‌زمینه شامل پیدا کردن گروه‌هایی است که شخصیت به آن‌ها تعلق دارد. شخصیت شما به جنسیت، ملیت، قومیت، حزب سیاسی، مذهب و چیزهای دیگری از این دست نیاز دارد. اگر نمی‌خواهید داستان کسل‌کننده‌ای بنویسید باید بدانید که همه‌ی شخصیت‌ها نمی‌توانند جنسیت، ملیت، قومیت، جهت‌گیری سیاسی و مذهب شما را داشته باشند.

این یعنی شما باید درباره‌ی دیگر گروه‌ها هم تکلیف خود را انجام دهید. مثلاً مردان و زنان به شکل‌های متفاوتی لباس می‌پوشند، تعکر متفاوتی دارند، رفتارهایشان با هم فرق می‌کند و به شکل یکسانی ابراز احساسات نمی‌کنند. هرچه بیشتر روی تفاوت‌های

جنسیتی تحقیق کنید، بیشتر به جذابیت آن‌ها پی خواهید برد. به‌طور مشابه هر چه بیشتر روی ملیت، قومیت، جهت‌گیری سیاسی، مذهب و دیگر مسائل این‌چنینی مربوط به شخصیت خودتان تحقیق کنید، بیشتر متوجه می‌شوید که شخصیت داستان‌تان با شما تفاوت دارد. البته باید این تفاوت‌ها را در شخصیت خود برجسته کنید تا مشخص شود که تحقیقات لازم را به‌درستی انجام داده‌اید.

ممکن است وسوسه شوید شخصیتی بسازید که از هر جهت، در گروه‌هایی که به آن‌ها تعلق دارد "عادی" است. اما اگر چنین کنید متهم به کلیشه‌گرایی می‌شوید. شخصیت شما هوش، وزن و قد متوسطی دارد. رنگ چشم‌ها و موهایش درست مثل گونه‌ی شخصیتی‌اش معمولی است. او مثل اکثریت افراد هم‌طبقه‌اش فکر می‌کند و نقاط ضعف و قوتش مشابه آن‌هاست. در واقع شخصیت شما میانگین گروهی است که به آن تعلق دارد.



دیدید چقدر کسل‌کننده بود؟ خیلی کسل‌کننده بود! احتمال وجود چنین شخصیتی چقدر است؟ اصلاً چنین احتمالی وجود ندارد. هر ریاضیدانی می‌تواند به شما بگوید که آدمی که از هر نظر "عادی" و "متوسط" باشد به‌ندرت پیدا می‌شود. در همه‌ی گروه‌ها تنوع هست و هر فرد به‌نحوی نسبت به میانگین موجود تفاوت دارد. اما با وجود این شما که نمی‌توانید شخصیتی بسازید که از همه لحاظ با میانگین موجود متفاوت باشد. آنگاه به شما انهام کم‌کاری در تحقیق زده می‌شود. یا اینکه مردم فکر می‌کنند گروه‌های دیگر آدم‌ها را به‌خوبی درک نکرده‌اید. چاره چیست؟

شخصیت‌تان را طوری بسازید که در اکثر موارد "تقریباً عادی" باشد. اما کاری کنید که و در چند مورد محدود هم "بری گروهی که به آن تعلق دارد، عجب و غریب" باشد. هرچه شخصیت غیرطبیعی‌تر باشد، بیشتر بید نشان دهد که نسبت به ناهنجاری‌اش آگاه است. حسی که شخصیت نسبت به تفاوت‌هایش دارد می‌تواند نقشی کلیدی در داستان ایفا کند.



فرض کنید شما زنی هستید که می‌خواهد درباره‌ی یک شخصیت مرد، داستان بنویسد. او را طوری خلق کنید که در اکثر مواقع از هنجارها پیروی کند اما، شاید کمی، نسبت به اکثر مردها هنرمندتر باشد. می‌توانید او را نسبت به یک مرد سبیل‌کلفت معمولی کمی حساس‌تر نشان دهید، اما او را حسایی قد بلند بسازید. در پایان، اطمینان حاصل کنید که او می‌داند که با بقیه تفاوت دارد و به همین دلیل خواننده هم به اینکه شما از این تفاوت‌ها آگاهید واقف است. شاید مرد داستان شما کمی از هنرمندی خودش خجالت‌زده است و در عین حال قاعداً به قد بلند خود افتخار می‌کند. حتی اگر هم او خجالت نکشد، مهم است که همچنان به تفاوت خود معترف باشد، تا خواننده‌ی داستان به اشتباه فکر نکند که شما ی نویسنده از هنجارها آگاه نیستید.

انگیزه: نگاهی به آینده‌ی شخصیت داستان

شخصیت شما گذشته‌ای دارد، اما مهم‌تر از آن، آینده‌ی اوست. شخصیت شما به سمت خاصی می‌رود، یا امیدوار است که به سمت خاصی برود. اما آینده‌ی عاری از قطعیت است. هیچ‌کس نمی‌داند شخصیت شما فردا قرار است چه بکند. تنها چیزی که می‌توان دانست این است که شخصیت شما قصد دارد فردا چه کند. منظور از انگیزه‌ی شخصیت‌ها تقریباً همین است.

اصطلاح انگیزه در کتاب‌های راهنمای داستان‌نویسی زیاد دیده می‌شود. "انگیزه" از نظر مفهومی واژه‌ی مبهمی است که برای نویسندگان مختلف معانی متفاوتی دارد. ما ایرادی به این واژه نمی‌گیریم، اما خودمان را به برداشت دیگران از آن مقید نمی‌بینیم؛ آن را طوری معنا می‌کنیم که دربرگیرنده‌ی متداول‌ترین معانی باشد. انگیزه‌ی یک شخصیت از سه بخش تشکیل می‌شود:

- ✓ ارزش‌ها: چیزهایی که شخصیت به شدت به صحت آن‌ها اعتقاد دارد.
- ✓ آرزو: همان چیز انتزاعی، که شخصیت داستان در زندگی می‌خواهد.
- ✓ هدف داستانی: همان چیز ملموسی که شخصیت فکر می‌کند با رسیدن به آن به آرزویش دست خواهد یافت.

وقتی شما ارزش‌ها، آرزو و هدف شخصیت خود را بدانید، همیشه می‌توانید دلایل معتبری برای کارهای او داشته باشید، زیرا همواره از انگیزه‌ی او آگاهی دارید. برای خلق یک شخصیت باورپذیر به چیزی بیش از این نیاز ندارید.

ارزش‌ها: حقایق درونی برای شخصیت داستان شما

همه‌ی آدم‌ها به بدیهی بودن برخی حقایق معترف‌اند. ریاضی‌دان مشهور یونانی، اقلیدس تمام قواعد هندسی را از چند اصل معدود استنباط کرد که از نظرش به قدری بدیهی بودند که نیازی به اثبات کردن آن‌ها نداشت (البته یکی از اصول او غلط بود). وقتی تامس جفرسن بیانیه‌ی استقلال را می‌نوشت، تصور می‌کرد که بدیهی است که "زندگی، آزادی و جستجوی خوشبختی" حقوق عادی همه‌ی انسان‌ها هستند (حتی با اینکه جفرسن خودش هم تعدادی برده داشت). اگر می‌خواهید اعصاب بهترین دوست‌تان را حسابی به هم بریزید از او بپرسید چه چیزی باعث می‌شود زندگی او ارزش ادامه یافتن داشته باشد. جواب او هرچه که بود، شما دوباره و دوباره سؤال خود را بپرسید: "چرا فلاں چیز به زندگی‌ات ارزش می‌دهد؟ تو از کجا می‌دانی؟". در نهایت او را طوری خلع سلاح می‌کنید که با اوقات تلخی به شما خواهد گفت: "(زندگی‌ام) با ارزش است. کاملاً هم بدیهی است و من هم نیازی به توضیح آن ندارم." همه این‌ها

مثال‌هایی هستند که نشان می‌دهند منصور ما از واژه‌ی ارزش چیست.

ارزش یک حقیقت درونی است که به‌نظر شخصیت داستان شما "به‌شکلی بدیهی صحیح است". ارزش به توضیح، دلیل یا اثبات نیاز ندارد. ارزش صحیح است زیرا صحت دارد که صحیح است.

ارزش لزوماً برای همه‌ی افراد بدیهی یا صحیح نیست. یک شخصیت ممکن است در به‌کار بستن ارزش‌های خودش هم دچار بی‌ثباتی باشد. یک ارزش هم ممکن است در واقع اشتباه باشد.



باورپذیر جلوه دادن ارزش‌های شخصیت داستان‌تان

در پاسخ به سؤال "در دنیا چه چیزی برای‌تان از همه مهم‌تر است؟" نوع خاصی از حقایق درونی مطرح می‌شود. اگر این سؤال را از صد نفر بپرسید، احتمالاً ۲۰ جواب مختلف از آن‌ها خواهید شنید: جواب‌هایی مثل پول، آزادی، امنیت، دوستی، خانواده، خدا، سلامتی، اعتماد به نفس، کمال، شرافت، راستی‌پنداری، ایمان، تفریح، حقیقت و زیبایی. فهرست این پاسخ‌ها می‌تواند همین‌طور ادامه پیدا کند. کاملاً عادی است که بگوییم مردم به این چیزها ارزش می‌دهند. لطفاً دقت کنید که تعریف ما از ارزش از آنچه مردم صرفاً مهم می‌شمارند فراتر می‌رود: ما می‌گوییم ارزش آن چیزی است که مردم به‌درستی‌اش ایمان دارند. پس اگر کسی به پول ارزش می‌نهد، آنگاه ارزش حقیقت درونی او به این صورت ادا خواهد شد: "پول در زندگی من نقش بسیار مهمی دارد".

شما می‌توانید برای شخصیت داستان خود هر ارزشی که می‌خواهید انتخاب کنید. اگر او نمی‌تواند دلیلی برای ارزش‌هایش ارائه دهد، اشکالی ندارد. در واقع اگر او بتواند چنین دلیلی بیاورد، آنگاه شما هنوز نتوانسته‌اید ارزش‌های حقیقی او را آشکار کنید و باید در توصیف او عمیق‌تر شوید.

اطمینان حاصل کنید که شما می‌توانید دلایل شخصیت داستان‌تان را - حتی اگر خودش نتواند - توضیح دهید. در جهان این شخصیت، شما خدا هستید و شما هستید که تصمیم می‌گیرد او چه چیزهایی را می‌تواند بداند و چه چیزهایی را نباید بداند. چه ویژگی ژنتیک، تجربه‌ی بدوی یا تأثیر فرهنگی‌ای به انتخاب ارزش‌های او منجر شد؟ به‌محض اینکه پاسخ این سؤال را بیابید، اطلاعات‌تان به اندازه‌ای رسیده است که بتوانید ارزش‌های شخصیت‌تان را باورپذیر جلوه دهید.



لازم نیست خواننده را قانع کنید که ارزش‌های شخصیت داستان بدیهی، صحیح یا پایدارند؛ شما فقط باید خواننده را قانع کنید که خود شخصیت باور دارد که ارزش‌هایش بدیهی، صحیح و پایدارند. اگر شخصیت توسط محرک‌های فرهنگی، علایق شخصی،



یا گرایش‌های ژنتیک کور شده باشد، خواننده متوجه می‌شود (برای مطالعه درباره‌ی محرک‌های فرهنگی به فصل ۶ مراجعه کنید).

ایجاد ناپایداری: چرا ارزش‌ها باید با هم ناسازگاری داشته باشند؟

شخصیت داستان شما باید بیش از یک ارزش برای خود داشته باشد. در حالت ایده‌آل هر شخصیت باید دو یا سه ارزش را قبول داشته باشد و این ارزش‌ها باید با هم در تناقض باشند. می‌پرسید چرا؟ چون این تناقض نشان می‌دهد که شخصیت شما در درون خود دچار تناقض‌هایی است که نمی‌تواند برطرف‌شان کند. ناسازگاری یا کشمکش در داستان عنصر خوبی است و کشمکش درونی ماده‌ی خام داستان‌های فوق‌العاده را فراهم می‌کند. کشمکش درونی همیشه ناشی از وجود ارزش‌هایی است که یکدیگر را نقض می‌کنند.



مثلاً فرض کنید دارت ویدر به ارزشی اعتقاد دارد که بر طبق آن "هیچ چیز مهم‌تر از قدرت نیست". اگر این تنها ارزشی باشد که او به آن معتقد است، آنگاه ویدر یک تبهکار یک بُعدی است و لزوماً عمیق یا جذاب نیست. حالا تصور کنید که ویدر یک ارزش ثانوی را هم می‌پذیرد که بر اساس آن "هیچ چیز مهم‌تر از پسرش نیست". حالا او با یک تناقض مواجه است. نمی‌شود که قدرت و پسرش، هر کدام به تنهایی، مهم‌ترین چیز زندگی‌اش باشند. بالاخره ویدر ناگزیر از انتخاب بین این دو ارزش خواهد بود. وقتی چنین اتفاقی بیفتد، او شخصیت بسیار جالب‌تری می‌شود و داستان زندگی‌اش عمق پیدا می‌کند، چرا که او دیگر قابل پیش‌بینی نیست؛ اگر ویدر در تنگنا قرار بگیرد، ممکن است به هر یک از این دو جهت خیز بردارد.

شخصیت شما زمانی که ارزش‌هایش تناقض پیدا کنند، بیشترین جذابیت را خواهد داشت. وقتی شخصیت کاملاً با ثبات باشد، کاملاً قابل پیش‌بینی خواهد بود. اما گره کوری در جانش بیفکنید و ببینید چطور به تقلا می‌افتد.



انگیزه‌ها: نگاهی انتزاعی، یا چرا بانوی شایسته‌ی آمریکا خواهان صلح جهانی است

ارزش‌ها خوب هستند اما کافی نیستند. از لابه‌لای ارزش‌های یک شخصیت، آرزوی وجود یک دنیای داستانی متفاوت هم ظهور می‌کند. شخصیت شما خواستار تغییر است و اگر از او بپرسید چه می‌خواهد، احتمالاً پاسخی انتزاعی به شما می‌دهد که از ژرف‌ترین خواسته‌هایش سرچشمه می‌گیرد.

از یکی از شرکت‌کنندگان مسابقه‌ی دختر شایسته‌ی آمریکا پرسیدم بیش از هر چیزی خواهان چیست و او بدون تأمل خواهد گفت "صلح جهانی". این هدف فوق‌العاده‌ای

است، اما ابهام زیادی دارد. صلح جهانی دقیقاً چه شکلی است؟ مشکل همین است، این طور نیست؟ تلاش برای تعریف صلح جهانی خیلی سخت است. برای تعریف چنین مفهومی به دقت نظر بالایی نیاز داریم. باید درک بسیار خوبی از شرایط موجود داشته باشیم. باید بتوانیم از واژه‌های زیادی استفاده کنیم. اگر تلاش کنید دقیق‌تر به مسئله‌ی صلح جهانی نگاه کنید، به شدت از محدوده‌ی درک منطقی منحرف می‌شوید. به همین خاطر است که وقتی چنین سؤالی را از دختر شایسته‌ی آمریکا می‌پرسید، پاسخی مهم در یافت می‌کند. او باید برای اینکه پاسخ موخری بدهد، ابهام‌آمیز صحبت کند. مسخره‌اش نکنید. شما هم اگر جای او بودید نمی‌توانستید عملکرد بهتری داشته باشید.

صلح جهانی امری انتزاعی است؛ نمی‌توان آن را دید، شنید و یا لمس کرد. صلح جهانی یک اندیشه است؛ یک اندیشه‌ی میهم و درهم و برهم. این مفهوم مثال خوبی برای آن چیزی است که ما آن را انگیزه می‌خوانیم. شخصیت شما در زندگی به انگیزه نیاز دارد. انگیزه همان امر انتزاعی است که شخصیت شما بیش از هر چیز دیگری به دنبال آن است.

انگیزه باید از دل ارزش‌های شخصیت بیرون بجهد. این ارزش‌ها هستند که داشتن یک انگیزه‌ی خاص را توجیه می‌کنند. مثلاً اگر شخصیت اصلی داستان شما ارزشی داشته باشد که بر اساس آن "پول مهم‌ترین عامل زندگی‌اش باشد"، آنگاه بسیار منطقی است که انگیزه‌ی او این باشد که "حسابی ثروتمند شود". چنین انگیزه‌ای با توجه به ارزشی که از آن سخن رفت، کاملاً منطقی به نظر می‌رسد.



یک شخصیت ممکن است چندین ارزش متناقض داشته باشد، اما او تنها یک انگیزه می‌تواند داشته باشد. داستان شما باید متمرکز باشد و این مهم از طریق محدود کردن شخصیت خود به داشتن تنها یک انگیزه میسر می‌شود.



توجه کنید که شخصیت‌ها ممکن است انگیزه‌های مشابه داشته باشند، اما ارزش‌های زیربنایی این انگیزه‌ها در آن‌ها متفاوت‌اند. مثلاً ممکن است یک شخصیت دیگر در داستان شما باشد که انگیزه‌ی او هم "حسابی ثروتمند شدن" باشد. اما انگیزه‌ی این شخصیت از ارزش متفاوتی ناشی می‌شود: کمک به نیازمندان مهم‌ترین امر در جهان است. این شخصیت می‌خواهد ثروتمند شود و بعد همه‌ی پول‌هایش را برای میلیون‌ها نفر انسان قحطی‌زده خرج کند.

اهداف داستانی: محرک نهایی داستان شما

دانستن انگیزه‌ی شخصیت‌ها امری فوق‌العاده است، اما برای ساختن داستان کافی نیست. منظور دختر شایسته از صلح جهانی چیست؟ اصلاً صلح جهانی چه شکلی است؟ برای دستیابی به آن باید چه بکنیم؟ تا زمانی که پاسخ ساده، واضح و ملموسی برای این

پرسش‌ها نداشته باشید، تنها چیزی که در چنته دارید، اشتیاقی مبهم است. ما به پاسخ ملموسی که از آن سخن رفت هدف داستانی می‌گوییم که اصطلاح ساخته‌ی خودمان است زیرا واژه‌ی معادل مناسبی برای آن پیدا نکردیم.

هدف داستانی پاسخ این سؤال است که: "شخصیت داستان دقیقاً چطور می‌خواهد به انگیزه یا آرزوی خود دست پیدا کند؟" هدف داستانی شخصیت شما داستان را هدایت می‌کند. به‌محض اینکه شخصیت یک هدف داستانی پیدا کند، نطفه‌ی داستان بسته می‌شود. اگر شخصیت شما هدف داستانی نداشته باشد، اصلاً داستانی شکل نمی‌گیرد.

فرودو بَگینز، شخصیت اصلی ارباب حلقه‌ها، نوشته‌ی جی. آر. آر. تالکین، را در نظر بگیرید. فرودو یک هابیت است که در شایر زندگی می‌کند و یک حلقه‌ی جادویی دارد. در ابتدای داستان، او از گندالف جادوگر می‌شنود که حلقه‌ی قدرت در دوران باستان توسط سائورون، ارباب تاریکی، ساخته شده است. حلقه بخش عمده‌ی نیروی شیطانی سائورون را دربردارد و به همین دلیل هر کسی که آن را تصاحب کند به وسوسه دچار می‌شود. اگر سائورون بار دیگر حلقه را به چنگ آورد، به قدری قدرتمند می‌شود که خواهد توانست تا ابد بر زمین میانی حکمرانی کند. فرودو (مانند دختر شایسته‌ی آمریکا) به دنبال صلح جهانی است. این انگیزه‌ی اوست. برای فرودو، صلح جهانی فقط در صورتی حاصل می‌شود که حلقه را در ترک‌های کوه اهریمن، واقع در سرزمین موردور بیفکند. این همان هدف داستانی ارباب حلقه‌هاست و داستان را در طول صدها صفحه به پیش می‌راند.

یک هدف داستانی فوق‌العاده چگونه ساخته می‌شود؟

هدف داستانی باید ویژگی‌های زیر را داشته باشد:



- ✓ بی‌طرفی: خواننده باید بداند چطور می‌تواند تشخیص دهد که آیا شخصیت داستان قادر به دستیابی به هدف داستانی‌اش هست یا نه.
- ✓ سادگی: خواننده باید بتواند در ذهنش مجسم کند که موفقیت چه شکلی است.
- ✓ اهمیت: خواننده باید حتماً باور داشته باشد که هدف داستانی اهمیت دارد.
- ✓ دست‌یافتنی: خواننده باید باور داشته باشد که شخصیت فرصت رسیدن به هدف داستانی‌اش را دارد.
- ✓ دشواری: خواننده باید باور داشته باشد که شخصیت داستان ممکن است شکست بخورد.

در فصل ۶ درباره‌ی اهمیت سؤال داستانی صحبت کردیم که همان ویژگی‌هایی را دارد که در بالا فهرست شده‌اند. علت این امر این است که سؤال داستانی ما را با این پرسش

مواجه می‌کند که: "آیا شخصیت اصلی به هدف داستانی‌اش دست پیدا می‌کند؟"

چرا هر شخصیتی به یک هدف داستانی نیاز دارد؟

لطفاً توجه کنید که هر داستان فقط یک سؤال داستانی دارد. این در حالی است که هر یک از شخصیت‌های مهم داستان شما، هدف داستانی خاص خودش را دارد. سؤال داستانی پرسشی است درباره‌ی رسیدن یا نرسیدن شخصیت اصلی به هدف داستانی‌اش. پس تکلیف شخصیت‌های دیگر چه می‌شود؟ آیا اهداف داستانی آن‌ها مهم نیستند؟ بله، به دو دلیل.



- ✓ اهداف داستانی دیگر اغلب با هدف داستانی شخصیت اصلی شما در تناقض‌اند. این خیلی هم خوب است؛ اصلاً به همین دلیل است که داستان شما کشمکش دارد.
- ✓ هر یک از این اهداف داستانی مسیر متفاوتی از داستان شما را تعریف می‌کند. وقتی چندین شخصیت اصلی دارید که هر کدام‌شان هدف داستانی خاص خودش را دارد، داستان‌تان شبیه به یک پتوی چهل تکه خواهد شد.

هر کدام از شخصیت‌های شما باور دارد که او شخصیت اصلی داستان است. ممکن است از نظر شما یکی از آن‌ها قهرمان باشد، یکی تبهکار، یکی وردست، یکی مرشد و دیگری ابله. اما هر پنج شخصیت فکر می‌کنند که خودشان قهرمان داستان‌اند. تمام این پنج نفر هدف داستانی دارند. تک‌تک این پنج نفر فکر می‌کنند که دیگر شخصیت‌ها یا مفیدند یا مضر. راز خلق شخصیت‌های عمیق این است: هیچ شخصیتی هرگز فکر نمی‌کند که در داستان زیدی است.



اگر دوست دارید در درک ارزش‌ها، انگیزه‌ها و اهداف داستانی شخصیت‌هایتان عمیق‌تر شوید، به شما توصیه می‌کنیم کتاب *Getting Into Character* اثر برندیلین کالینز (Brandilyn Collins) نشر وایلی را مطالعه کنید. این کتاب پرسش‌های مقل را طرح می‌کند و به آن پاسخ می‌دهد: "رمان‌نویس‌ها از بازیگران شیوه‌محور چه درسی می‌توانند بگیرند؟" کالینز یک نویسنده‌ی موفق و پر فروش در ژانر رمان‌های رمزآلود است که در زمینه‌ی درام هم تجربیاتی دارد.

بنا کردن انگیزه‌ی شخصیت‌ها

ایجاد انگیزه برای شخصیت داستان کاری دشوار و در عین حال خلاق است و شلختگی و شلوغ کاری زیادی به همراه دارد. این کار را می‌توان به نحوه‌ی دلخواه انجام داد. شما مجبور نیستید اول ارزش‌های شخصیت‌ها را تعریف کنید، بعد به سراع انگیزه‌ها بروید و بعد به اهداف داستانی بپردازید. می‌توانید اول انگیزه‌ی شخصیت‌ها را مشخص کنید و بعد پیش‌نویس اولیه‌ی رمان را بنویسید، یا بر عکس، یا اینکه این دو کار را همزمان با

هم انجام دهید. در نهایت هر دوی این کارها باید انجام شوند و گرنه خواننده از مسطح و کسل کننده بودن شخصیت‌ها گلایه خواهد کرد (شخصیت مسطح شخصیتی فاقد عمق و در نتیجه قابل پیش‌بینی است).

مشق نویسندگی: محرکی برای مارکوس



فرض کنیم که پیشینه‌ی شخصیت داستان‌تان، مارکوس، را آماده کرده‌اید (کمی پیش‌تر، قسمت "خلق پیشینه‌ی شخصیت‌ها" را ببینید) و حالا آماده‌اید انگیزه(های) او را تعیین کنید. یک ورق کاغذ سفید بردارید یا یک صفحه‌ی جدید وُرد را روی کامپیوترتان باز کنید و این عنوان را بالای آن بنویسید: "محرک مارکوس". صفحه را به سه بخش افقی تقسیم کنید و عناوین خرد روبه‌رو را در آن‌ها بنویسید: ارزش‌ها، انگیزه و هدف داستانی. حالا مراحل زیر را انجام دهید:

۱. از خود بپرسید تا این لحظه درباره‌ی شخصیت داستان‌تان چه می‌دانید.

آیا از ارزش‌های مارکوس - حقایق درونی او - آگاه هستید؟ آن‌ها را یادداشت کنید. لازم نیست همه‌شان را همین حالا از بر باشید، پس همان‌هایی را بنویسید که تا به اینجا می‌دانید. انگیزه‌ی او چیست؟ اگر می‌دانید هدف انتزاعی او در زندگی چیست، آن را یادداشت کنید. شاید هم از هدف داستانی او (همان هدف ملموسی که او می‌خواهد در پایان داستان به آن برسد) باخبرید؟ آن را هم بنویسید.

۲. در هر جایی (از فرایند نوشتن) که هستید، شروع کنید به پر کردن شکاف‌ها و این کار را برای کل داده‌های داستانی انجام دهید.

- اگر یکی از ارزش‌های مارکوس را می‌دانید: ببینید که این ارزش چه انگیزه‌ای را موجب خواهد شد. سپس از خودتان بپرسید که بهترین هدف داستانی‌ای که می‌تواند پاسخگوی این انگیزه باشد چیست.

- اگر انگیزه‌ی او را می‌دانید: ببینید این انگیزه از کدام ارزش منتج شده است. سپس از خود بپرسید که کدام هدف داستانی است که سبب متبلور شدن آن انگیزه می‌شود.

- اگر هدف داستانی او را می‌دانید: ببینید کدام انگیزه‌ی انتزاعی است که مارکوس را در مسیر این هدف به پیش می‌راند. سپس از خود بپرسید که کدام ارزش به آن انگیزه ختم شده است.

۳. از خود بپرسید شخصیتی که خلق کرده‌اید، به چه ارزش‌های دیگری معتقد است.

دنبال ارزش‌هایی بشوید که با ارزش‌های فعلی او در تضاد هستند. این کار را با دو یا سه مورد از ارزش‌های زندگی مارکوس امتحان کنید.

۴. فهرست خود را مرور کنید و اطمینان حاصل کنید که مفهوم درستی دارد و می‌توانید این مفهوم را برای خواننده توضیح دهید.

آیا این انگیزه مستقیماً از یکی از ارزش‌ها منتج شده است؟ آیا هدف داستانی بهترین راه رسیدن مارکوس به انگیزه‌اش است؟ آیا مارکوس ارزش‌های متناقضی دارد که وجودشان بر جدابیت داستان بیفزاید؟

مثال: مصاحبه با فرودو بگینز

درست از آب در آوردن ارزش‌های یک شخصیت، کار دشواری است. اگر در این فرایند به مشکل برخوردید، سعی کنید با شخصیت داستان خود مصاحبه کنید. مدام پرسید چرا، تا بالاخره او دست‌هایش را در هوا تکان دهد و فریاد بزند "برای اینکه زیرا!". وقتی او نتواند دلیلی منطقی ارائه دهد، یعنی شما به ارزشی که دنبالش می‌گشتید، رسیده‌اید.



برای مثال، فرض کنید شما جی. آر. تالکین هستید و دارید تلاش می‌کنید محرکی برای اعمال فرودو تعریف کنید. شما تا به این لحظه هدف داستانی فرودو را مشخص کرده‌اید (که همان انداختن حلقه در ترک‌های کوه اهریمن است)، اما در تشخیص اینکه چرا فرودو باید چنین رنجی را به جان بخرد کمی گیج شده‌اید. در ادامه یک مصاحبه‌ی تخیلی خواهید خواند که در آن نشان داده‌ایم چطور باید فرودو را در امتداد صخره‌ها به جلو هل بدهید و محرک او را قاطعانه تعیین کنید:

تالکین: فرودو، من متوجه شده‌ام که تو می‌خواهی سایر را ترک کنی و حلقه را به ریوندل ببری و اینکه داری دنبال راه یا کسی می‌گردی که به تو کمک کند حلقه را به موردور ببری و آن را در شکاف کوه اهریمن بیندازی. جدی که نمی‌گویی؟ اصلاً چرا باید تن به یک چنین ماجراجویی مسخره‌ای بدهی؟

فرودو: خب، گندالف بهم گفت.

تالکین: ابله نباش! تو داری به‌خاطر حرف گندالف خانه و کاشانه‌ات را رها می‌کنی؟ اصلاً او چرا فکر می‌کند که تو باید به این سفر بروی؟

فرودو: چون ما باید سائورون، ارباب تاریکی، را شکست دهیم.

تالکین: یک کمی زیاده‌روی نمی‌کنی؟ آدم برای شکست دادن سائورون قحط بود؟ چرا حلقه را همین‌جا له و لورده نمی‌کنی؟ یک چکش بردار و کارش را تمام کن دیگر.

فرودو: نمی‌شود گندالف گفت که این حلقه قدرت سائورون را در خود دارد. هیچ‌هابیتی هم قدرت نابود کردن آن را ندارد. هیچ آتشی در زمین میانه، برای ذوب کردنش افاقه نمی‌کند، مگر آتش کوه اهریمن، همین‌جایی که این حلقه در عهد

بوق در آن قالب رده شد.

تالکین (با ریش خند): باریکالا: "عهد بوق"، چه اصطلاح قشنگی؛ یادم باشد بعداً ازش استفاده کنم. اما چرا تو؟ یک وقت بهت برنخوره، اما فرودو، تو آدم خیلی بالبهتی هم نیستی. اگر این کار این قدر برای گندالف مهم بوده، چرا خودش انجامش نمی‌دهد؟

فرودو: حلقه هر کسی را که تصاحبش کند گمراه می‌کند. گندالف حادوگر بزرگی است و حلقه می‌تواند او را - بر خلاف نیت حیرش - به سوی انجام کارهای شیطانی بکشانند.

تالکین: پس چطور حلقه تو را گمراه نمی‌کند؟

فرودو (با لکنت): گندالف... در این مورد توصیه‌ی نداد. فکر کنم من آن قدر مهم نیستم که کسی بخواهد گمراهم کند. من فقط می‌خواهم مانع تصرف شایر توسط سائورون بشوم.

تالکین [به جلو خم می‌شود]: اِ؟ چرا؟

فرودو: چون او شایر را نابود خواهد کرد. اگر دست سائورون به حلقه برسد، او شایر را زیر پا له خواهد کرد. من تا سرحد مرگ از او می‌ترسم، اما... باید یک طوری در شکست دادن او سهیم باشم.

تالکین: آها! پس انگیزه‌ی تو این است، مگر نه؟ می‌خواهی سائورون را شکست بدهی؟

فرودو: فکر کنم این طور است. به عقب هل دادن یا محاصره کردن او کافی نیست. او باید شکست بخورد، همین حالا و برای همیشه.

تالکین [می‌نویسد]: انگیزه‌ی فرودو شکست دادن سائورون، ارباب تاریکی است. فوق‌العاده است. این یک انگیزه‌ی بسیار عالی است. اما بگذار دوباره ازت بپرسم، چرا؟

فرودو: گفتم که، چون سائورون شایر را نابود خواهد کرد.

تالکین: خب بکن! چرا نابودی شایر این قدر ناراحت‌کننده است؟

فرودو: چون شایر محل زندگی من است.

تالکین: خب چرا نمی‌روی یک جای دیگر زندگی کنی؟

فرودو: نمی‌خواهم بروم یک جای دیگر. شایر خانه‌ی من است و من می‌خواهم اینجا زندگی کنم.

تالکین: چرا اینجا؟

فروودو (در حال عصبانی شدن): همین الان گفتم. من می‌خواهم در شایر زندگی کنم. شایر خانه‌ی من است و من عاشقش هستم.

تالکین: چرا عاشقش هستی؟

فروودو: چون عاشقش هستم! این تنها دلیلی است که برای کارم دارم.

تالکین [کف دست‌هایش را به هم می‌مالد]: فروودو، فکر کنم ارزشی را که به آن باور داری پیدا کردیم. تو شایر را بیش از هر چیزی در جهان دوست داری، مگر نه؟

فروودو [چانه‌اش را می‌خاراند]: بله، فکر کنم این‌طور است. بله، البته! هیچ‌وقت به فکرم نرسیده بود. فکر کنم به نظرم بدیهی می‌آمد.

تالکین: اشکالی ندارد. من عاشق انگلستان هستم، به همین خاطر حال تو را درک می‌کنم. اما یک چیزی را هنوز نفهمیده‌ام. تو عاشق شایر هستی. حاضری هر کاری بکنی تا شایر را نجات دهی. پس حالا داری شایر را ترک می‌کنی؟ اگر شایر را این‌قدر دوست داری، پس چرا ترکش می‌کنی؟ مطمئنی که واقعاً دوستش داری؟

فروودو (مدت زیادی فکر می‌کند): فکر کنم متوجه حرفم بشدی. من عاشق شایر هستم و دلم هم نمی‌خواهد ترکش کنم. اما برای مدتی مجبورم از شایر دور باشم، چون من هابیت‌های دیگر را هم دوست دارم. شایر فقط یک تکه زمین نیست؛ شایر هابیت‌هایی است که در آن سکونت دارند.

تالکین: هابیت‌ها الله، خنگ، وراج، اعصاب خرد کن و زبان‌نهم‌اند. چرا باید به آن‌ها اهمیت بدهی؟ به نظرت الف‌ها سرگرم‌کننده‌تر نیستند؟

فروودو: چیزهایی که در مورد هابیت‌ها گفتمی درست ست. من هم تمام آن خصلت‌ها را دارم. اما چه خوشم بیاید، چه نیاید، آن‌ها مردم سرزمینم هستند و من به آن‌ها اهمیت می‌دهم. برایم هم مهم نیست چقدر خنگ یا وراج باشند.

تالکین: چرا؟

فروودو: نمی‌توانم توضیح بدهم. فقط می‌دانم که آن‌ها برایم مهمند.

تالکین [با عجله و بدخط می‌نویسد]: فوق‌العاده است! دومین ارزش را که به آن پایبندی پیدا کردیم. تو بیشتر از هر چیزی عاشق هابیت‌های همشهری‌ات هستی. همچنین تو بیشتر از هر چیزی عاشق شایر هستی. اما تو که نمی‌توانی بدون ترک کردن شایر (شاید برای اندک)، هابیت‌ها را نجات دهی.

فروودو [در حالی که می‌لرزد]: بس کن! وقتی این‌طوری می‌گویی، دیگر دلم

نمی‌خواهد بروم. اما با این حال مجبورم بروم. از این وضع متنفرم. کاش این حلقه‌ی نفرین شده دست کسی دیگری افتاده بود.

تالکین: از اینکه وقت را در اختیارم گذاشتی ممنونم فرودو. فکر کنم الان بهتر درکت می‌کنم.



نگاهی عمیق: واکاوی روحيات شخصيت‌تان

اگر مایلید رویکردی غیرشخصی‌تر داشته باشید، می‌توانید تعدادی کتاب در زمینه‌ی روان‌شناسی - کتاب‌های دانشگاهی و عمومی - پیدا کنید. اگرچه روان‌شناسی یک علم است، بسیاری از شبه‌دانش‌ها هستند که تحت لوای این علم وجود دارند. اما بی‌ربط‌ترین شبه‌دانش‌ها هم می‌توانند دیدگاه شما را در مورد شخصیت داستان‌تان گسترش دهند. حداقل‌اش این است که کمی مطالعه از اشتباهات فاحش پیشگیری می‌کند؛ اشتباهات فاحشی مثل شیذوفریک خواندن شخصیت داستان، وقتی او در واقع دچار بیماری چندشخصیتی است.

ممکن است شما یکی از آن افراد تجربه‌گرا باشید که ترجیح می‌دهند اطلاعات‌شان را در مورد دیگران از تماشای آن‌ها به دست آورید. اگر این‌طور است، شما تنها نیستید. بسیاری از نویسنده‌های دیگر هم همین روش را در پیش می‌گیرند. اما اگر بخواهید به اعماق روحيات بشر سفر کنید، هم خودتان را تعلیم می‌دهید و هم داستان پررایی می‌نویسید. فقط نادتان باشد که گاهی از کارهای پژوهشی‌تان مرخصی بگیرید تا بتوانید داستان هم بنویسید.

ساختن شخصیت‌های فوق‌العاده مثل تونلی است که انتها ندارد؛ همیشه می‌شود بیشتر در آن پیش رفت. در طول این فصل ما از دریچه‌ی چشم یک رمان‌نویس عمگرا به مسائل نگاه کرده‌ایم. اما ممکن است شما بخواهید بیشتر به جنبه‌های روان‌شناختی بپردازید. اگر چنین قصدی دارید، به شما آفرین می‌گوییم! این کاری است که هیچ‌وقت نمی‌توانید تمامش کنید، اما آغار کردن آن به هیچ عنوان خالی از لطف نیست.

برای مطالعه‌ی روان‌شناختی گزینه‌های بسیاری پیش رویتان است که هیچ‌کدام آن‌ها مجبورتن نمی‌کنند دوباره به مدرسه یا دانشگاه بروید. کارتان را با نگاهی به درون خودتان آغاز کنید. چه عاملی به رفتار شما جهت می‌دهد؟ چه دلیلی برای رفتار خود دارید؟ ارزش‌ها، انگیزه‌ها و اهداف خودتان در زندگی چیست؟ چه چیزی می‌تواند توحیه‌ی برای ارزش‌هایتان باشد؟ شما حتی می‌توانید بعضی از مسائل شخصی‌تان را با کمک یک مشاور، روان‌شناس یا روان‌پزشک بررسی کنید. (اگر بعد از شما پرسیدند که اطلاعات روان‌شناختی‌تان را از کجا آوردید، فقط بگویند که تحقیق کرده‌اید)

زاویه‌ی دید: چشم‌اندازی از شخصیت‌ها

قسمت عمده‌ی داستان شما درباره‌ی گذشته یا آینده‌ی شخصیت‌تان نیست؛ داستان به چیری می‌پردازد که حالا در حال وقوع است. برای اینکه رمان حال یک شخصیت را نشان دهید، از زاویه‌ی دید استفاده می‌کنید. زاویه‌ی دید، عدسی دوربینی است که ز



توصیه‌ی ما به شما این است که در هر صحنه از یک شخصیت مُشرف استفاده کنید و تا پایان صحنه با او بمانید؛ مگر اینکه دلیل قانع کننده‌ای برای انتخاب زاویه‌ی دیدی متفاوت داشته باشید. هدف شما به عنوان یک داستان‌نویس اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده است و انسان‌ها هر دفعه می‌توانند با یک نفر به خوبی همذات‌پنداری کنند. در هر صحنه شما چیری را به خواننده نشان می‌دهید که شخصیت مُشرف می‌پسند؛ به همین ترتیب، خواننده در تجربه‌ی تمام صداها، بوها، مرها، اعمال و احساسات شخصیت مُشرف با وی سهیم است.

در این قسمت به تک‌تک شیوه‌های جدول بالا (و سود و زیان‌ها) می‌پردازیم.

زاویه‌ی دید اول شخص

وقتی صحنه‌ای را از زاویه‌ی دید اول شخص می‌نویسید، شخصیت مُشرف را به راوی داستان تبدیل می‌کنید. فایده‌ی این کار ساده، طبیعی و صمیمی بودن صحنه‌ی حاصل است. سفر کردن به عمق شخصیت‌ها آسان است. اگر شخصیت در حال تجربه‌ی یک حس قوی باشد، به احتمال بسیار زیاد، خواننده هم چنین حسی را تجربه خواهد کرد.

مسئله‌ی اعتماد: راویان غیرقابل اطمینان

می‌کند بیفزاید. اما این کار به ظرافت و نکته‌سنجی نیاز دارد. اگر از یک راوی غیرقابل اطمینان استفاده می‌کنید، سعی کنید در اوان داستان اشاراتی به این موضوع داشته باشید تا خواننده به روایت شخصیت مُشرف از داستان یا دیده‌ی ظن نگاه کند یا حدس بزند که چیزی سر جایش نیست. در تمام طول داستان هم، نار سرنخ‌هایی در گفت‌وگوها و اعمال داستانی گنجانید تا به تأیید یا تکذیب گفته‌های شخصیت روایتگر کمک کنند. به این ترتیب شما درکی از آنچه اتفاق افتاده است به خواننده می‌بخشید و اطمینان حاصل می‌کنید که ناپایداری‌های موجود در داستان، در واقع خصلت‌های شخصیت آن هستند نه اشتباهات نویسنده.

راوی اول شخص، حق دارد غیرقابل اطمینان باشد. این گفته می‌تواند به این معنا باشد که راوی، خودفریفته، نه‌چندان باهوش، ناآگاه، گمراه، غیرمطلق، دروغگو یا حتی دیوانه است. به عنوان یک مثال خوب از رمانی که از زاویه‌ی دید راوی اول شخص غیرقابل اطمینانی نوشته شده است، می‌توان به اثر مشهور مارک توائن، ماجراهای هاکل‌بری‌فین، اشاره کرد. در این رمان، هاک جوان داستان خود را مو به مو تعریف می‌کند اما اغلب در تعبیر اتفاقات پیرامون اشتباه می‌کند و یا در اثر فرهنگ نژادپرستی که در آن بزرگ شده است، کورگورانه عمل می‌کند. استفاده از یک راوی غیرقابل اطمینان می‌تواند بر عمق شخصیتی که داستان را تعریف



در رمان‌هایی که ز زاویه‌ی دید اول شخص نوشته می‌شوند معمولاً، در کس داستان، فقط یک شخصیت مُشرف وجود دارد. در این صورت اگر اتفاقاتی به‌طور همزمان در چند نقطه‌ی مختلف رخ دهد، به مشکل برخوردیم خورد زیرا آدم در هر لحظه در یک مکان می‌تواند حاضر باشد. یک راه برای پیشگیری از مشکل استفاده از زاویه‌ی دید محدود، به کار بردن چند شخصیت مُشرف است که هر کدام از آن‌ها در مقام راوی اول شخص، صحنه‌های مربوط به خودش را تعریف می‌کنند. اما به هر حال، عوض کردن راوی ممکن است کمی گیج‌کننده باشد. بنابراین بهتر است همیشه سعی کنید در آغاز هر صحنه مشخص کنید که ماجرای آن صحنه را چه کسی تعریف می‌کند.

به گریده‌ای از یکی رمان‌های مجموعه‌ی شرلوک هولمز، اتود در قرمز لاک‌ی، نوشته‌ی سر آرتور کنان دویل، دقت کنید. در این داستان، از هولمز و دوستش دکتر واتسن خواسته شده است که به دو بزرگ‌نویس نسبتاً توانمند اسکاتلند یارد، آقایان گرگسن و لسترید، در واکاوی یک حنایت کمک کنند. گوشه‌ای از این صحنه، با روایت دکتر واتسن، به عنوان شخصیت مُشرف، آمده است:

با این حال، سرعت بالای توانایی‌های ادراکی او چنان بر من مشهود شده بود که مطمئن بودم چیزهایی می‌بیند که از دیدگان من پنهان‌اند.

آقای بلند قد و پریده‌رنگ و مو بوری، که دفتری در دست داشت، در آستانه‌ی در به استقبال ما آمد. او به پیش دویید و دست دوستم را با هیجان فشار داد: "واقعاً خیلی لطف کردید که قدم‌رنجه فرمودید" و بعد ادامه داد: "آغاز ندادم کسی به چیزی دست بزند".

دوستم در پاسخ به او گفت: "بجز این!" و به گذرگاه مقابل در اشاره کرد: "اگر یک گله بوفالو هم از اینجا رد شده بود، اینجا به این اندازه به هم نمی‌ریخت. اما شکی نیست که شما، بزرگ‌نویس گرگسن، پیش از اینکه اجازه دهید چنین اتفاقی بیفتد، به نتایجی که می‌خواستید رسیده بودید".

بزرگ‌نویس گرگسن طعنه رفت: "کارهای داخل خانه به شدت درگیرم کرده بود" و ادامه داد: "همکرم، آقای لسترید اینجا است. بنا را بر این گذاشته بودم که او اوضاع این بیرون را اداره می‌کند".

هولمز نگاهی به من کرد و ابروهایش را با حالتی طعنه‌آمیز بالا انداخت و رو به بزرگ‌نویس گفت: "با وجود دو نفر مثل شما و لسترید، دیگر چیزی نمی‌ماند که تاره یک نفر سومی هم بخواهد از آن سر در بیاورد".

خارجی، نوشته‌ی دیانا گابالدون از زبان اول شخص نوشته شده است و راوی قابل اطمینانی دارد. در همسر مسافر زمان اثر آدری نیفنگر، از دو راوی اول شخص استفاده می‌شود و در آغاز هر صحنه، نام راوی آن صحنه علناً آشکار می‌شود. در خدای رودخانه،

اثر ویلبر اسمیت، راوی، شخصیتی بی‌تأثیر و اغلب قابل اطمینان است. مارک هاین در ماجرای عجیب سگی در شب یک پسر مبتلا به درخودماندگی را به‌عنوان راوی انتخاب می‌کند که به خاطر ناتوانی‌اش در درک اشاره‌های اجتماعی، به‌نوعی غیرقابل اطمینان محسوب می‌شود.

زاویه‌ی دید سوم‌شخص

وقتی داستانی را از زاویه‌ی دید سوم‌شخص می‌نویسید، شخصیت مُشرف را نام می‌برید و از ضمیر او یا وی استفاده می‌کنید. در رمان‌های امروزی، این نوع زاویه‌ی دید بیشترین رواج را دارد و امتیاز آن نسبت به دیگر زوایا، سادگی و طبیعی بودن آن است. با کمی تلاش می‌توانید به‌راحتی، در ذهن شخصیت مُشرف، به زرفایی که در راوی اول‌شخص داشتید برسید، زیر شما به‌عنوان نویسنده به تمام افکار و احساسات شخصیت مُشرف دسترسی دارید:

در اینجا صحنه‌ای را که سر آرتور کنان دوبل از زبان راوی اول‌شخص نوشته بود، از زاویه‌ی دید سوم‌شخص بازنویسی کرده‌ایم:

با این حال، سرعت بالای توانایی‌های ادراکی هلمز چنان بر واتسن مشهود شده بود که او مطمئن بود هلمز چیزهایی می‌بیند که از دیدگان او پنهان‌اند.

آقای بلند قد و پریده‌رنگ و مو بوری که دفتری در دست داشت، در آستانه‌ی در به استقبال آن‌ها آمد. او به پیش دوید و دست هلمز را با هیجان فشار داد: "واقعاً خیلی لطف کردید که قدم‌رنجه فرمودید" و بعد ادامه داد: "اجازه ندادم کسی به چیزی دست بزند".

هلمز در پاسخ به او گفت: "بجز این!" و به گذرگاه مقابل در اشاره کرد: "اگر یک گله بوفالو هم از اینجا رد شده بود، اینجا به این اندازه به هم نمی‌ریخت. اما شکی نیست که شما، بازرس گرگسن، پیش از اینکه اجازه دهید چنین اتفاقی بیفتد، به نتایجی که می‌خواستید رسیده بودید".

بازرس گرگسن طفره رفت: "کارهای داخل خانه به‌شدت درگیرم کرده بود" و ادامه داد: "همکارم، آقای لستری، اینجاست. با را بر این گذاشته بودم که او اوضاع این بیرون را داره می‌کند".

هلمز نگاهی به واتسن کرد و ابروهایش را با حالتی طعنه‌آمیز بالا انداخت و رو به بازرس گفت: "با وجود دو نفر مثل شما و لستری، دیگر چیزی نمی‌ماند که تاره یک نفر سومی هم بخواهد از آن سر در بیاورد".

اولین بند این گزیده‌ی بازنویسی شده را با بند اول نسخه‌ی اصلی، که از زاویه‌ی دید

اول شخص بود مقایسه کنید. دقت کنید که چقدر سخت است تشخیص دهیم صمیر او به کدام یک از این دو مرد اشاره دارد. ما مجبور شدیم دو بار به جای او از نام هلمز استفاده کنیم. به جز این، نسخه‌ی بازنویسی شده تفاوت چندانی با نسخه‌ی اصلی (به روایت اول شخص) ندارد.

استفاده از زویه‌ی دید سوم شخص رواج زیادی دارد. ما به‌طور خاص به روایت سوم شخص رمان‌های ستون‌های زمین، نوشته‌ی کن فولیت؛ بازی ایدز، نوشته‌ی اورسن اسکات کارد؛ دخترک طبال، اثر جان لو کاره و آتش می‌میرد، نوشته‌ی اس. ام. استرلینگ علاقه‌مند هستیم.

زاویه‌ی دید سوم شخص بی طرف

وقتی صحنه‌ای را از زاویه‌ی دید سوم شخص بی طرف می‌نویسید، هرگز وارد ذهن شخصیت نمی‌شوید و به همین علت نمی‌توانید از تک‌گویی یا عواطف درونی استفاده کنید. این شیوه مثل این است که شما داستان را با یک دوربین فیلمبرداری، که از شخصیت محوری تصویر می‌گیرد، نشان دهید. فایده‌ی این روش این است که جنبه‌ی دیداری داستان شما را تقویت می‌کند. اما ایرادی که این روش دارد این است که افکار و عواطف شخصیت را نمی‌توان به راحتی از زبان حرکات بدن و چهره‌اش تشخیص داد.

در زاویه‌ی دید سوم شخص بی طرف، شما اصلاً شخصیت مُشرف ندارید (چون تعریف ما از شخصیت مُشرف شخصیتی است که می‌توان به ذهن‌اش وارد شد). به جای این نوع شخصیت، در این شیوه، شخصیت محوری استفاده می‌شود که دوربین روی او روم می‌کند. اگر می‌خواهید در رمان خود حالت سینمایی ایجاد کنید، از این شیوه استفاده کنید. اما حواس‌تان باشد که استفاده از این شیوه، کار سختی است و برای تازه‌کارها مناسب نیست.

در ادامه، همان گزیده‌ی داستان شرلوک همز را از زاویه‌ی دید سوم شخص بی طرف آورده‌ایم:

آقای بلند قد و پریده‌رنگ و مو بوری، که دفتری در دست داشت، در آستانه‌ی در به استقبال آن‌ها آمد. او به پیش دوید و دست هلمز را با هیجان فشار داد: "واقعاً خیلی لطف کردید که قدم‌رنجه فرمودید" و بعد ادامه داد: "اجازه ندادم کسی به چیزی دست بزند".

هلمز در پاسخ به او گفت: "بجز این!" و به گذرگاه مقابل در اشاره کرد: "اگر یک گنه بوفالو هم از اینجا رد شده بود، اینجا به این اندازه به هم نمی‌ریخت. اما شکی نیست که شما، بازرس گرگسن، پیش از اینکه اجازه دهید چنین اتفاقی بیفتد، به نتایجی که می‌خواستید رسیده بودید".

بازرس گرگسن طفره رفت: "کارهای داخل خانه به شدت درگیرم کرده بود" و ادامه داد: "همکارم، آقای لسترید اینجاست. بنا را بر این گذاشته بودم که او اوضاع این بیرون را اداره می‌کند."

هلمز نگاهی به واتسن کرد و ابروهایش را با حالتی طعنه‌آمیز بالا انداخت و رو به بازرس گفت: "با وجود دو نفر مثل شما و لسترید، دیگر چیزی نمی‌ماند که تازه یک نفر سومی هم بخواهد از آن سر در بیاورد."

هنگام باز نویسی مجبور شدیم بند اول را به کلی حذف کنیم. وقتی از این زاویه دید استفاده می‌کنید، نمی‌توانید افکار یا احساسات درونی شخصیت‌ها را برای خوانندگان رو کنید: این تعریف زاویه دید سوم شخص بی‌طرف است. البته می‌توانید ضمن پرهیز از وارد شدن به ذهن شخصیت‌ها، در حرکات بدن و چهره، یا تن صدای آن‌ها (یا هر ابزار دیگری که بازیگران جلوی دوربین برای نشان دادن افکار و احساسات خود به کار می‌برند) سرنخ‌هایی برای خواننده قرار دهید که او بتواند از طریق آن‌ها به افکار و احساسات شخصیت‌ها پی ببرد.

وقتی از زاویه دید سوم شخص بی‌طرف استفاده می‌کنید، ممکن است وسوسه شوید با وادار کردن شخصیت به بیان افکار و احساساتش - آن هم به شکلی که مصنوعی به نظر می‌رسد - در کار خود تقلب کنید. تقلب نکنید! خوب نوشتن در چنین زاویه دیدی به نوشتاری قاطع نیاز دارد و اگر شما اعتماد به نفس لازم برای آن را ندارید، بهتر است از همان زاویه دید سوم شخص معمولی استفاده کنید.



دشیل همّت در شاهین مالت به خوبی از پس زاویه دید سوم شخص بی‌طرف بر می‌آید.

زاویه دید جهنده

بعضی از نویسندگان از گونه‌ی از زاویه دید سوم شخص استفاده می‌کنند که در آن داستان را از درون ذهن شخصیت‌های متعدد حاضر در یک صحنه تعریف می‌کنند. فایده‌ی این روش این است که خواننده می‌داند هر کس چه فکری در سر دارد. اما خواننده دیگر نمی‌تواند با یکی از شخصیت‌ها همذات‌پنداری زیادی داشته باشد. به همین دلیل اکثر مدرسان نویسندگی، شاگردان خود را به استفاده از این شیوه تشویق نمی‌کنند.

آسان‌ترین راه برای اعطای یک تجربه‌ی حسی عمیق به خواننده این است که او را قانع کنیم که خود او هم یکی از شخصیت‌هاست و این یعنی انتخاب یک شخصیت مشرف.



حالا بیایید گزیده‌ی داستان شرلوک هلمز را از زاویه‌ی دید جهنده بخوانیم:

با این حال، سرعت بالای توانایی‌های ادراکی او چنان بر واتسن مشهود شده بود، که او مطمئن بود هلمز چیزهایی می‌بیند که از دیدگان او پنهان‌اند.

آقای بلند قد و پریده‌رنگ و مو بوری، که دفتری در دست داشت، در آستانه‌ی در به استقبال آن‌ها آمد. او به پیش دوید و دست هلمز را با هیجان فشار داد: "واقعاً خیلی لطف کردید که قدم‌رنجه فرمودید" و بعد ادامه داد: "آجازه ندادم کسی به چیزی دست بزند".

همر پاسخ داد: "بجز این!" و به گذرگاه مقابل در اشاره کرد: "اگر یک گله بوفالو هم از اینجا رد شده بود، اینجا به این اندازه به هم نمی‌ریخت. اما شکی نیست که شما، بازرس گرگسن، پیش از اینکه اجازه دهید چنین اتفاقی بیفتد، به نتایجی که می‌خواستید رسیده بودید".

بازرس گرگسن، در حالی که به خاطر مایوس کردن شرلوک شرمنده شده بود، پاسخ داد: "کارهای داخل خانه به‌شدت درگیرم کرده بود". او متوجه شد که می‌تواند این خراب‌کاری را گردن لسترید بیندازد: "همکارم، آقای لسترید ایجاست. بنا را بر این گذاشته بودم که او اوصاع این بیرون را اداره می‌کند".

همز نگاهی به واتسن کرد و ابروهایش را با حالتی طعنه‌آمیز بالا انداخت و در حالی که داشت فکر می‌کرد گرگس او را احمق فرض کرده، در پاسخ به او گفت: "با وجود دو نفر مثل شما و لسترید، دیگر چیزی نمی‌ماند که تازه یک نفر سومی هم بخواهد از آن سر در بیاورد".

در این نسخه، ما تکه‌هایی از تک‌گویی‌های درونی شخصیت‌ها را در بندهای چهارم و پنجم گنجانده‌ایم تا خواننده بتواند به افکار هلمز و گرگسن هم پی‌ببرد. دقت کنید که این کار، خواننده را از ذهن واتسن بیرون می‌کشد و حقیقتاً هیچ چیز به داستان اضافه نمی‌کند. اگر وسوسه شده‌اید که از ذهن یک شخصیت به ذهن دیگری بجهید، دلیل این علاقه را از خودتان پرسید. آیا حاضرید برای آشکار کردن مقدار بیشتری از افکار شخصیت‌ها، خواننده را از دریافت تجربه‌ی حسی قوی محروم کنید؟

همان‌طور که پیش‌تر اشاره کردیم، بسیاری از مدرسان نویسندگی به‌شدت با استفاده از زاویه‌ی دید جهنده مخالف‌اند. اما چندین نویسنده‌ی موفق به وفور از این شیوه استفاده می‌کنند. مارگارت میچل در بر باد رفته - با وجود جهش‌های فکری زیادش - به‌حوبی از این زاویه‌ی دید بهره برده است.

زاویه‌ی دید دانای کل

نویسنده‌ای که از زاویه‌ی دید دانای کل استفاده می‌کند، از همه‌ی چیزهایی که می‌خواهد به خواننده بگوید آگاه است. فایده‌ی این روش این است که نویسنده می‌تواند مطمئن باشد که خواننده هیچ نکته‌ای را از دست نمی‌دهد. اشکال زاویه‌ی دید دانای کل این است که از یکی از جذابیت‌های اصلی خواندن داستان، یعنی سر درآوردن از وقایع، می‌کهد. اگرچه تعدادی از رمان‌نویسان قرن ۱۹ به‌طور گسترده‌ای از این زاویه‌ی دید استفاده کردند، امروزه مدرسان داستان‌نویسی، استفاده از زاویه‌ی دید دانای کل را گناهی بزرگ تلقی می‌کنند.

حقیقت این است که خوب نوشتن هنگام استفاده از زاویه‌ی دید دانای کل کاری دشوار اما شدنی است و به نویسنده اجازه می‌دهد که داستان خود را بر بوم بزرگی نقاشی کند. اگر می‌خواهید از این زاویه‌ی دید استفاده کنید، قبل از شروع، اطمینان حاصل کنید که کارتان را بلدید. زیرا خراب کردن داستان هنگام استفاده از زاویه‌ی دید دانای کل، از خوب نوشتن آن خیلی آسان‌تر است.

در اینجا گزیده‌ی اتود در قرمز لاک‌ی را، از زاویه‌ی دید دانای کلی که چندان هم جالب از آب درنیامده، می‌خوانید:

با این حال، سرعت بالای توانایی‌های ادراکی او چنان بر واتسن مشهود شده بود، که او مطمئن بود هلمز چیزهایی زیادی را می‌بیند که از دیدگان او پنهان‌اند. اگر واتسن می‌دانست که هلمز تا آن لحظه از روی چرخ‌های درشکه‌ای که در خیابان دیده بودند چقدر اطلاعات کسب کرده بود، حسابی شگفت‌زده می‌شد.

آقای بلند قد و پریده‌رنگ و مو بوری، که دفتری در دست داشت، در آستانه‌ی در به استقبال ما آمد. او که اسم‌اش توبیاس گرگسن بود، به پیش دوید و دست هلمز را با هیجان فشار داد: "واقعاً خیلی لطف کردید که قدم‌رنجه فرمودید" و بعد ادامه داد: "اجازه ندادم کسی به چیزی دست بزند". این گفته‌ی او چندان صحیح نبود، اما واتسن خیلی زود متوجه این مطلب شد.

هلمز در پاسخ به او گفت: "بجز این!" و به گذرگاه مقابل در اشاره کرد: "اگر یک گله بوفالو هم از اینجا رد شده بود، اینجا به این اندازه به هم نمی‌ریخت. اما شکی نیست که شما، بازرس گرگسن، بیش از اینکه اجازه دهید چنین اتفاقی بیفتد، به نتیجه‌ی که می‌خواستید رسیده بودید". هلمز اغلب دوست داشت با اعصاب گرگسن بازی کند، گرچه از نظر او، بازرس گرگسن مثل بقیه‌ی پلیس‌های اسکاتلند یارد بی‌کفایت بود.

بازرس گرگسن طبق معمول درباره‌ی کارهایش غلو کرد و گفت: "کارهای داخل

خانه به شدت درگیرم کرده بود." اگر می‌شد از گرگسن یک ایراد گرفت، آن خودبزرگ‌بیزی‌اش بود که آن را از پدربزرگش به ارث برده بود. او ادامه داد: "همکارم، آقای لسترید اینجاست. بنا را بر این گذاشته بودم که او اوضاع بیرون را اداره می‌کند."

هلمز نگاهی به واتسن کرد و بروهایش را با حالتی طعنه‌آمیز بالا انداخت و در حالی که داشت فکر می‌کرد گرگسن او را احق فرض کرده، در پاسخ به او گفت: "با وجود دو نفر مثل شما و لسترید، دیگر چیزی نمی‌ماند که تازه یک نفر سومی هم بخواهد از آن سر در بیاورد." هلمز فکر کرد که عقل گرگسن و لسترید از درک این شوخی عاجز است، اما متوجه نشد که آن‌ها منظورش را خیلی خوب متوجه شدند.

البته در اینجا تلاش کردیم بد بنویسیم، اما لازم هم نبود تلاش زیادی بکنیم. وقتی از زاویه‌ی دید دانای کل می‌نویسید ممکن است نتوانید در برابر وسوسه‌ی افزودن اطلاعات اضافه مقاومت کنید، همچنان که ما در بعضی از پاراگراف‌های بالا نتوانستیم. ببینید چطور در داستان مداخله کرده‌ایم و از بنش‌ها کاسته‌ایم. اگر دوست دارید از زاویه‌ی دانای کل بنویسید، نوشته‌ی خود را از زاویه‌ی دید سوم‌شخص معمولی بازبینی کنید و از خودتان بپرسید که آیا این نوشته نسبت به نسخه‌ی قبلی بهتر شده یا نه.

عده‌ی کمی از رمان‌نویسان امروزی از زاویه‌ی دید دانای کل استفاده می‌کنند. اما یک کتاب که این شیوه در آن به‌خوبی اجرا شده، پدرخوانده، نوشته‌ی ماریو پوزو است.

زاویه‌ی دید دوم‌شخص

به‌ندرت پیش می‌آید که نویسندگانی بتوانند با موفقیت از زاویه‌ی دید دوم‌شخص استفاده کنند. وقتی این زاویه‌ی دید را انتخاب می‌کنید، در تعریف داستان - به‌جای استفاده از نام شخصیت - از ضمیر تو یا شما استفاده می‌کنید. امتیاز این کار در حس صمیمیتی است که در کار ایجاد می‌کند. اما مشکل بزرگی که در استفاده از این شیوه به وجود می‌آید این است که خواننده ممکن است نسبت به یک‌سری از کارهای شخصیت مُشرف واکنش منفی نشان دهد. به‌محض اینکه خواننده بگوید "اگر من (جای شخصیت) بودم، این کار را نمی‌کردم"، شما او را تا پایان آن صحنه از دست داده‌اید.

در این زاویه‌ی دید یک استثنای نادر هم وجود دارد که همان حالت امری افعال است. در این حالت، شما به خواننده می‌گویید که چه کار بکند. به‌عنوان مثال می‌توانیم به "چگونه نویسنده شویم"، داستان کوتاهی به قلم لوری مور اشاره کنیم.

حالا از جایگاه دکتر واتس، یک بار دیگر گزیده‌ی داستان شرلوک هلمز را بخوانید:
با این حال، سرعت بالایی توانایی‌های ادراکی او چنان بر تو مشهود شده بود، که مطمئن بودی هلمز چیزهایی می‌بیند که از دیدگانت پنهان‌اند.

آقای بلند قد و پریده‌رنگ و مو بوری که دفتری در دست داشت، در آستانه‌ی در به استقبال تو و هلمز آمد. او به پیش دوید و دست هلمز را با هیجان فشار داد: "واقعاً خیلی لطف کردید که قدم‌رنجه فرمودید" و بعد ادامه داد: "اجازه ندادم کسی به چیزی دست بزند".

دوستت پاسخ داد: "بجز این!" و به گذرگاه مقابل در اشاره کرد: "اگر یک گله بوفالو هم از اینجا رد شده بود، اینجا به این اندازه به هم نمی‌ریخت. اما شکی نیست که شما، بازرس گرگسن، پیش از اینکه اجازه دهید چنین اتفاقی بیفتد، به نتایجی که می‌خواستید رسیده بودید".

بازرس گرگسن طعنه رفت: "کارهای داخل خانه به‌شدت درگیرم کرده بود". او ادامه داد: "همکارم، آقای لسترید اینجاست. بنا را بر این گذاشته بودم که او اوضاع این بیرون را اداره می‌کند".

هلمز به تو نگاه کرد و ابروهایش را با حالتی طعنه‌آمیز بالا انداخت و در پاسخ به او گفت: "با وجود دو نفر مثل شما و لسترید، دیگر چیزی نمی‌ماند که تازه یک نفر سومی هم نخواهد از آن سر دریاورد".

زاویه‌ی دید دوم‌شخص می‌تواند درست از آب در آید، اما بهتر است که در استفاده از آن تبصر بسیار زیادی داشته باشید. شما باید بتوانید در هر لحظه خواننده را قانع کنید که او هم اگر جای شخصیت مُشرف بود، دقیقاً همان‌طور رفتار می‌کرد. این‌گونه از زاویه‌ی دید ممکن است به‌شدت خواننده را عصبی و خسته کند. در ضمن استفاده‌ی مداوم از ضمیر تو خیلی زود تکراری می‌شود.



چراغ‌های درخشان، شهر بزرگ، نوشته‌ی جی. مک اینترنی، از معدود رمان‌هایی است که در نوشتن آن از زاویه‌ی دید دوم‌شخص استفاده شده است.

انتخاب یکی از دو زمان گذشته یا آینده

زمان وقوع صحنه هم ارتباط تنگاتنگی با زاویه دید دارد. تقریباً تمام رمان‌نویسان یا از زمان آینده استفاده می‌کنند یا گذشته و معمولاً زاویه‌ی دید و زمان روایت خود را در یک جمله معرفی یا توصیف می‌کنند؛ مثلاً می‌گویند: "داستان من از زاویه‌ی دید اول‌شخص و در زمان حال روایت می‌شود" یا مثلاً "جو همیشه داستان‌هایش را از زبان سوم‌شخص و در زمان گذشته می‌نویسد".

استفاده از زمان گذشته نسبت به زمان حال رواج بیشتری دارد و آسان‌تر هم هست. ممکن است شما به خاطر متفاوت یا جالب بودن زمان حال به استفاده از آن تمایل داشته باشید. به کار بردن زمان حال، بدون شک، حس بی‌واسطه بودن - وقوع صحنه‌های داستان در همین لحظه - را به خواننده منتقل می‌کند. اگر از زاویه‌ی دید اول شخص استفاده می‌کنید، آنگاه مضارع بودن زمان فعل‌ها برای خواننده به این معناست که شخصیت داستان آدمی است که در لحظه زندگی می‌کند. اما دقت کنید که بسیاری از خواننده‌ها نسبت به استفاده از زمان حال حس خوبی ندارند و اگرچه ممکن است بر متفاوت بودن آن صحنه بگذارند، در جالب بودن آن با شما اتفاق نظر ندارند.

زمان فعل مهم است: ارائه‌ی پیشینه‌ی شخصیت‌ها در زمان حال یا گذشته

پیشینه‌ی شخصیت کلاً از زمان ماضی بعید استفاده کنند که در آن باید مدام فعل کمکی "بود" را به کار برد. اما این کار خیلی سریع دست شما را در پوست گردو می‌گذارد. برای حل این مشکل می‌توانید یک مرتبه فعل کمکی بود را به کار برید و در بقیه‌ی فعل‌ها آن را به قرینه‌ی لفظی حذف کنید. خواننده به‌خوبی متوجه این اتفاق می‌شود. به مثالی از زمان گذشته‌ی فعل‌ها توجه کنید:

همچنان که روپرت دفتر خاطرات کلاس دوم راهنمایی‌اش را ورق می‌زد، به خاطره‌ای راجع به آقای مک‌دنیل، معلم علومش برخورد. آقای مک‌دنیل تنها اتفاق خوبی بود که در سه سال مقطع راهنمایی برای روپرت افتاد. آقای مک‌دنیل ریش داشت و در سال ۱۹۷۰ ریش داشتن یک دبیر نوعی بدعت محسوب می‌شد. او توانایی‌ای را در روپرت می‌دید که دیگران نمی‌دیدند.

اگر داستان اصلی را در زمان حال می‌نویسید، آنگاه باید برای بیان گوشه‌هایی از پیشینه‌ی شخصیت موقتاً از زمان گذشته استفاده کنید. در ادامه مثالی از ارائه‌ی پیشینه می‌خوانید که در آن از جمله‌ی دوم به بعد زمان فعل‌ها به گذشته تبدیل می‌شود:

وقتی دفتر خاطراتی را که در کلاس دوم راهنمایی نوشتم ورق می‌زنم، به خاطره‌ای راجع به آقای مک‌دنیل، معلم علومم، برمی‌خورم. آقای مک‌دنیل تنها اتفاق خوبی بود که در سه سال مقطع راهنمایی برایم افتاد. او ریش داشت و در سال ۱۹۷۰، ریش داشتن یک دبیر، نوعی بدعت محسوب می‌شد. او توانایی‌ای را در من می‌دید که دیگران نمی‌دیدند.

اگر اصل داستان‌تان در زمان حال می‌نویسید، استفاده از زمان مناسب برای فعل‌های پیشینه‌ی شخصیت کار دشواری خواهد بود. بسیاری از نویسنده‌ها تمایل دارند برای تعریف

برای نوشتن در زمان حال، زمان تمام فعل‌ها را از گذشته‌ی ساده به حال ساده تبدیل کنید. مثلاً دويد را به می‌دود و مُشت زد را به مُشت می‌زند تبدیل کنید. ممکن است به فعل‌هایی برخوردید که انجام این کار آن‌ها را دچار مشکل می‌کند. مثلاً جمله‌ی "فکر کردم او جان کوچولوست" را نمی‌توان به‌سادگی به "فکر می‌کنم او جان کوچولو است" تبدیل کرد زیرا "فکر می‌کنم" عبارتی عامیانه است - یک اصطلاح غیررسمی و

محاوره‌ای - و معنی "حدس می‌زنم" می‌دهد. به این ترتیب ممکن است مجبور شوید جمله را به شکلی تصنعی تغییر دهید و بگویید "حدس می‌زنم که او جان کوچولوست" یا "فرض می‌کنم که او جان کوچولوست". اکثر فعل‌ها چنین مشکلاتی ایجاد نمی‌کنند اما دقت کنید، چون بعضی از آن‌ها هم مشکل سازند.

نوشتن در رمان حال، اندکی بیشتر از نوشتن در رمان گذشته به مهارت نیاز دارد و اگر فکر می‌کنید زمان حال برای داستان شما مناسب‌تر است، ما نمی‌خواهیم شما را نسبت به استفاده از این زمان فعلی دلسرد کنیم. حتی اگر هم شما یک نویسنده‌ی تازه‌کار باشید، باید بتوانید زمان حال را هم به اندازه‌ی زمان گذشته خوب از آب در آورید. فقط یادتان باشد که بعضی از خواننده‌ها از روایتی که در رمان حال باشد خوش‌شان نمی‌آید و این بی‌علاقگی امری سلیقه‌ای است و دلیل خاصی ندارد.

همسر مسافر زمان، نوشته‌ی آدری نیفنر و سرعت تاریکی، اثر الیرایت مون مثال‌های فوق‌العاده‌ای از رمان‌های روایت شده در زمان حال هستند.

آشکار کردن شخصیت‌ها برای خواننده

خلق شخصیت‌ها به روش‌هایی که در این بخش عنوان کردیم قسمت آسان کار شماست. قسمت سخت کار، آشکار کردن شخصیت‌ها برای خواننده، آن هم همزمان با پیش رفتن داستان است. معمولاً نویسنده نمی‌خواهد هنگام توضیح انگیزه یا پیشینه‌ی یک شخصیت، داستان را در حالت راکد نگاه دارد. بلکه حق با شماست؛ برای توضیح این موارد می‌توان از چکیده‌ی روایی استفاده کرد اما در این صورت شما تصمیم می‌گیرید که به جای توصیف شخصیت داستان‌تان، او را به خواننده نشان دهید.

پس برای نشان دادن شخصیت به خواننده چه باید کرد؟ چند ابزار ارزشمند در اختیار نویسنده است: کنش داستانی، گفت و گو، تک‌گویی درونی، احساسات درونی، توصیف و فلش‌بک. ما این موارد را با دقت در فصل ۱۰ توضیح می‌دهیم، اما بد نیست در اینجا برخی از راه‌های آشکار سازی شخصیت‌ها با استفاده از این راه‌ها را به اختصار نشان‌تان دهیم. برای هر شیوه، مثالی کوتاه از یک صحنه‌ی داستانی می‌آوریم که در آن یک فروشنده‌ی ماشین‌های دست دوم با دو نفر خریدار احتمالی احوالپرسی می‌کند.

✓ **گفت و گو:** از روی گفتار شخصیت‌ها می‌توان چیزهای زیادی درباره‌شان فهمید. اکثر آدم‌ها تنها زمانی احساس رضایت می‌کنند که درباره‌ی خودشان حرف بزنند و شخصیت داستان شما هم از این قاعده مستثنی نیست. البته شخصیت‌ها می‌توانند دروغ بگویند، اما دروغ‌های آن‌ها هم به شما می‌گویند که شخصیت‌ها دوست دارند چگونه به نظر برسند و این به نوبه‌ی خود چهره‌ی حقیقی آنان را

برملا می‌کند، همچنین، از حالت حرف زدن شخصیت - تُن صدا، سرعت بیان جملات، انتخاب واژگان، اشتباهات گرامری، استفاده یا سوءاستفاده از منطق یا قضاوت شخصیت‌های دیگر - می‌توان خیلی چیزها را درباره‌ی او کشف کرد. تمام موارد ذکر شده در این بند می‌تواند سبب شوند که خواننده شخصیت را دوست داشته باشد یا از او متنفر باشد، به او اطمینان کند یا نکند، او را محترم بشمرد یا از او بترسد و یا او را حقیر بیند. به مثال زیر توجه کنید و ببینید ز این گفت و گو چه اطلاعاتی به دست می‌آورد. پس از خواندن این مکالمه، نظرتان درباره‌ی راوی و ریس‌اش چیست؟

شریور به زوجی که در پارکینگ قدم می‌زدند و برچسب‌ها را نگاه می‌کردند اشاره کرد و گفت: "برو بگیرشون".

گفتم: "آساعه"، بعد از روی صندلی جهیدم و به ریس‌ام چشمتی زدم و ادامه دادم: "فیتیله پیچ شون کنم، هان؟"

شریور غرولند کرد و دوباره به آن‌ها اشاره کرد و گفت: "بدو، بدو، بدو!"

در آینه به خودم نگاه کردم، کراواتم را صاف کردم و با خودم گفتم: "پیش از اینکه حرفم را تمام کنم فکر خواهند کرد که من عیسی مسیح هستم و می‌خواهم پنج‌هزار نفر را طعام بدهم!"

✓ کنش داستانی: شخصیتی که رفتاری قهرمانانه دارد با شخصیتی که مثل بزدل‌ها رفتار می‌کند فرق دارد. درست است شخصیت‌ها می‌توانند با رفتارشان آدم را گول بزنند، اما اگر هم چنین باشد، اعمال و حرکات بدن‌شان نشان می‌دهد که آن‌ها شاد، غمگین، هیجان‌زده، مأیوس، وحشت‌زده، کسل، یا سرگرم هستند. همچنین کارهای یک شخصیت و ربان بدنش نشان خواهند داد که او درباره‌ی دیگر شخصیت‌ها چه فکری می‌کند و نسبت به آن‌ها چه احساسی دارد. مثل قدیمی "شنیدن کسی بود ماسد دیدن؟" درباره‌ی آشکار ساختن شخصیت‌ها هم صدق می‌کند. وقتی رفتار شخصیت حاکی از یک چیز است و گفتار او حاکی از چیز دیگر، خواننده‌ها همیشه رفتار او - آنچه را که خودش می‌بینند - را باور می‌کنند.

مثال بعدی را بخوانید، ببینید رفتار شخصیت چه چیزی را به شما نشان می‌دهد. به نظر شما ممکن است مشتری‌ها چیزی بخرند؟

از ساختمان بیرون رفتم و در آفتاب درخشان ماه جولای - همان‌طور که زوج مشتری را ورنانداز می‌کردم - با قدم‌های گشاد به سمت آن‌ها رفتم. آقا داشت به لاستیک‌های ارزان‌قیمت‌ترین ماشین‌مان لگد می‌زد. شوخی نمی‌کنم، خیلی جدی داشت به آن‌ها لگد می‌زد. خانم، محکم، کیف



دستی‌اش را چسبیده بود و انگشتانش را دور قفل آن گره کرده بود و با چشم‌هایی ریز شده به برچسب قیمت نگاه می‌کرد. لب‌هایش مثل یک خط باریک بودند که اگر می‌خواست به آن‌ها رژلب بزند باید از یک مداد نوکی استفاده می‌کرد.

✓ توصیف: حالتی که یک شخصیت هنگام نگرستن در آینه به خود می‌گیرد نمایانگر درک او از خودش است. اگر او آدم اصیلی باشد، تر و تمیز بودن و مدل لباس‌هایش بلافاصله به شما می‌گوید که او به طبقات بالای جتمع تعلق دارد. اگر او یک روشن‌فکر حواس‌پرت باشد - حتی اگر موهایش هم مثل موهای انیشتین ژولیده و رو به هوا نباشد - شما این نکته را از روی حالت مات و غریبی که در نگاهش است خواهید فهمید. اگر او آدمی گوشه‌گیر و خجالتی باشد، حتی اگر طبق معمول یک مشیت خودکار و مداد همراه نداشته باشد و موهایش را به یک طرف شانه نزده باشد، خواهید فهمید که به چه گروه شخصیتی‌ای تعلق دارد. در این مثال، توصیف شخصیت‌ها درباره‌ی وضع خانوادگی این زوج چه اطلاعاتی را برای شما آشکار می‌کنند؟

در حالی که به آن‌ها نزدیک‌تر می‌شدم گفتم: "سلام علیکم" و بعد ادامه دادم: "روز فوق‌العاده‌ایه، مگه نه؟ چطور می‌تونم شما دوستان عزیز رو راهنمایی کنم؟"

مرد به من نگاه کرد، اما در واقع مرا ندید. چشم‌هایش کمی به بالا چرخیدند و تقریباً با نگاه من تلاقی کردند، اما بلافاصله سوی دیگری را نشانه رفتند. نمی‌توانستم تشخیص بدهم که آیا آن روز صبح اصلاح کرده است یا نه. وقتی با من دست داد، دست‌هایش زمخت، پینه بسته و چرب بودند. همسرش آهسته پشت سرش راه می‌رفت. چشم‌های خانم، خیرگی و خلأ چشم‌های سگی را داشتند که کتک خورده و موهای کم‌پشتش تا شانه‌هایش می‌رسید و پیراهنش مانند یک کیسه‌ی سیب‌زمینی به تنش زار می‌زد.

✓ تک‌گویی درونی: اگر بدانید که در سر شخصیت چه می‌گذرد، آنگاه به ضمیر باطنی او دسترسی مستقیم دارید. تک‌گویی درونی هم - درست مثل گفت و گو - به شما اطلاعات مضاعف می‌دهد؛ انتخاب واژگان، گرامر، منطق و قضاوت‌های ارزشی شخصیت به شما می‌گویند او کیست (حتی اگر خودش هم به درستی نداند). بر اساس تک‌گویی‌های درونی، آیا به نظر شما راوی به همان اندازه که به نظر می‌رسد، هیجان دارد یا خیر؟

مرد با سر به فیات جنازه‌مانندی، که به نظر شریور تلاش مذبوحانه‌ی ایتالیایی‌ها در امر حمل و نقل است، اشاره کرد و پرسید: "می‌شه برای

امتحان پشت رُل این بشینم؟“

جواب دادم: “البته که می‌شه فرمان. فقط لازمه که گواهی نامه‌تون رو به من بدید تا این موشک را با هم ببریم بیرون“. اگر این ماشین را بفروشم پورسانتم کلاً می‌شود هجده دلار. لابد شریور از خنده روده‌بر می‌شود.

✓ احساسات درونی: گستره‌ی احساسی شخصیت‌های مختلف با هم متفاوت است. بعضی‌ها مدام به همه چیز واکنش‌های اغراق شده بشن می‌دهند، زیرا مدارهای احساسی‌شان فقط روی یک حالت تنظیم می‌شود: ظرفیت کامل. بعضی‌ها هم همه چیز را مزه‌مزه می‌کنند و حتی اگر آسمان هم واقعاً به زمین بیاید، به ندرت واکنش‌های شدید نشان می‌دهند. واکنش احساسی شخصیت داستان شما خیلی چیزها را برای خوانندگان بر ملا می‌کند. در این مثال، به توجه به احساسات درونی شخصیت راوی داستان، چه چیزهایی درباره‌ی او می‌فهمید؟

آقا برگشت و به همسرش نگاه کرد: “مالی، کیف پولم را بده“.

زن دستش را در کیفش فرو برد و اول آهسته و بعد هراسان آن را جستجو کرد و به مرد گفت: “فرانکی... نیستش“.

مرد با پشت دست محکم بر گونه‌ی راست زن کوبید و گفت: “زنیکه‌ی احمق“.

انگار که حجمی از سُرب داغ نوی دلم منعبر شد. دیگر هیچ چیز نمی‌شنیدم جز وز وز ده‌هزار زنبور سرخ در مغزم.

✓ فلش‌بک: توصیه می‌کنم که مراقب باشید بیش از حد از فلش‌بک استفاده نکنید. اما به هر حال این عنصر می‌تواند در فاش کردن بخشی از پیشینه‌ی شخصیت داستان بسیار مؤثر باشد و بر هسته‌ی باطنی او نور بیفکند.

فلش‌بک را برای اتفاقات بی‌اهمیت هدر ندهید. گر می‌خواهید از این ابزار بهره بگیرید، خواننده را به بدترین روزهای زندگی شخصیت داستان ببرید. خواننده را به درون جهنم زندگی خصوصی شخصیت ببرید، تا همدردی‌اش را به شکل کاملاً متفاوت و جدیدی به دست آورید.

در مثال زیر، (با در نظر گرفتن دو بند اول) فکر می‌کنید فلش‌بک راوی داستان قرار است به کجا برسد؟ وقتی فلش‌بک تمام می‌شود، به نظر شما این صحنه در چه جهت جدیدی ادامه خواهد یافت؟

۸ ساله‌ام و پیرمرد دوباره مادرم را به باد کتک گرفته است. تیزی صدای سیلی محکم دیگری از دیوار اتاق خواب عبور می‌کند، بعد صدای بریده‌ی نفس مادرم می‌آید و بعد صدای پیرمرد که زیر لب می‌گوید: “هرزه“.



مشت‌هایم در نهایت خشم مانند دو پتک کوچک شده‌اند؛ آن گونه که فقط یک اَبَر قهرمان ۳۰ کیلویی قادر است در برابر نیروهای اهریمنی بایستد.

در مثال‌های بالا همه چیز را جوری بزرگ‌نمایی کرده‌ایم که بتوانیم نکته‌های مورد نظرمان را در حداقل جا بگنجانیم. این مثال‌ها طوری طرح شده‌اند که نیازهای آموزشی را برآورده کنند و قرار نبوده ارزش ادبی خاصی داشته باشند. شما هنگام نوشتن رمان خود، فضای بیشتری برای کار دارید و می‌توانید با ظرافت بیشتری عمل کنید.

فصل ۸

خط داستانی و ساختار سه پرده‌ای: لایه‌های فوقانی پی‌رنگ

در این فصل

- ◀ نوشتن خط داستانی برای توصیف جوهره‌ی داستان
- ◀ نوشتن اول، وسط و پایان داستان با استفاده از ساختار سه پرده‌ای
- ◀ ارائه‌ی ساختار سه پرده‌ای

ساختار داستانی - طرح کلی و موجزی از داستان شما که جوهره‌ی آن را برمی‌تابد - کلید فروختن داستان به ناشر است و در موفقیت شما به عنوان یک نویسنده نقش مهمی دارد. دلیل اینکه ساختار داستانی ابزار فروش فوق العاده‌ای است، این است که به کمک آن می‌توانید داستان خود را در چند جمله‌ی کوتاه توضیح دهید، به طوری که مردم بلافاصله بفهمند آیا این داستان به درد آن‌ها می‌خورد یا نه. اهمیت این ساختار برای شما از این روست که به تمرکزتان به عنوان نویسنده کمک می‌کند و در ویرایش داستان هم مؤثر است.

رمان امروزی گونه‌ی بسیار پیچیده‌ای از هنر است. پی‌رنگ رمان، دارای شش لایه از پیچیدگی است که در این فصل به دو لایه‌ی فوقانی آن می‌پردازیم: خط داستانی و ساختار سه پرده‌ای. لایه‌های دیگر را (خلاصه‌ی داستان، فهرست صحنه‌ها، صحنه و چیدمان) در فصل‌های ۹ و ۱۰ بررسی می‌کنیم.

ساختار بخشیدن به نمای کلی داستان: خط داستانی

اگر می‌خواهید رمانی بنویسید که از نظر تجاری موفق شود، باید کتاب خود را هفت مرتبه بفروشید. ما به این فرایند لقب زنجیره‌ی فروش را داده‌ایم. زنجیره‌ی فروش چنین شکلی دارد:

۱. شما - یا ترجیحاً نماینده‌ی ادبی‌تان - مفهوم کلی داستان را به دبیر انتخاب

کتاب می‌فروشید و این ویراستار است که تصمیم می‌گیرد آن را برای بررسی نزد کمیته‌ی نشر ببرد.

۲. ویراستار ایده را به کمیته‌ی نشر می‌فروشد و کمیته‌ی نشر باید تصمیم بگیرد که آیا این کتاب را می‌توان چاپ کرد یا حیر. سپس ناشر قراردادی پیش روی شما قرار می‌دهد که در آن حق‌التألیف و پیش‌پرداخت‌های شما معین شده است.

۳. وقتی کتاب وارد مراحل تولید می‌شود، ویراستار آن را به تیم فروش می‌فروشد. تیم فروش باید سفارش‌ها را از کتاب‌فروشی‌ها و دیگر فروشگاه‌های مرتبط دریافت کند.

۴. تیم فروش کتاب را به خریداران حرفه‌ای (توزیع‌کننده‌ها) می‌فروشد و آن‌ها به سفارش خرید کتاب‌فروشی‌ها و فروشگاه‌های زنجیره‌ای کتاب پاسخ می‌دهند.

۵. نسخه‌ی پشت جلد و کاتالوگ کتاب شما ایده را به کارمندان بخش فروش کتاب‌فروشی‌ها می‌فروشد. این افراد روزانه با خوانندگان در تماس‌اند.

۶. نسخه‌ی پشت جلد یا کارکنان بخش فروش، کتاب را به خوانندگانی که برای یافتن مطالب خواندنی پا به کتاب‌فروشی گذاشته‌اند، می‌فروشند.

۷. اولین موج خوانندگان ایده‌ی کتاب را به دوستان‌شان می‌فروشند؛ زیرا آن‌ها به قدری از کتاب لذت برده‌اند که نمی‌توانند مدام درباره‌ی آن حرف نزنند.

وجود زنجیره‌ی فروش لازم است. اگر هر یک از حلقه‌های این زنجیره را بشکنید، به احتمال بسیار زیاد فروش کتاب‌تان موفقیت‌آمیز نخواهد بود.

لطفاً به یک نکته‌ی خیلی مهم توجه کنید: افرادی که در زنجیره‌ی فروش نقش دارند داستان شما را به‌خوبی خود شما نمی‌شناسند. اما هر کدام از آن‌ها باید راهی پیدا کنند تا از طریق آن، هبجان خود را درباره‌ی کتاب شما با حلقه‌ی بعدی زنجیره در میان بگذارد. اگر می‌خواهید این افراد کارشان را به‌خوبی انجام دهند، این وظیفه‌ی شماست که ابزارهای مورد نیاز را در اختیارشان بگذارید. این ابزار، یک خلاصه‌ی کوتاه و یک جمله‌ای از زمان‌تان است. ما به این جمله می‌گوییم خط داستانی. خط داستانی زمان شما، جوهره‌ی داستان را در خود نهان کرده است.

شما باید زمانی که به خط داستانی فکر می‌کنید، کلاه ساده‌گرایی‌تان را بر سر بگذارید. مهم نیست که چقدر می‌توانید به داستان بیفزایید، مهم مقداری است که می‌توانید از داستان جدا کنید. در این قسمت نحوه‌ی نگارش خط داستانی را نشان‌تان می‌دهیم.

درک ارزش خط داستانی

ننوشتن خط داستانی شما را نمی‌کشد و بدون این عنصر شما همچنان قادر به نوشتن رمان هستید. پس چرا باید وقتی را صرف نوشتن آن کنید؟ به طرح داستانی توجه کنید که نوشتن خط داستانی برای آن مفید واقع می‌شود:

شما در یک همایش ادبی هستید که در هتلی برگزار می‌شود و منتظر آسانسور ایستاده‌اید. آسانسور مقابل شما توقف می‌کند و وارد آن می‌شوید و خود را کنار یک نماینده‌ی ادبی رده‌بالا می‌یابید. دوستانه به او لب‌خند می‌زنید، او با چشم‌های ریز شده برچسب نام شما را می‌خواند و می‌گوید: "سلام، شما چه جور داستانی می‌نویسید؟"

در آسانسور بسته می‌شود و شما احساس می‌کنید که قلب‌تان درست زیر تارهای صوتی‌تان دارد تپ‌تپ می‌کند. در جواب او می‌گویید: "من... خوب، راستش... داستان راجع به یک آدمی است... که در کارخانه‌ی اتوبوس‌سازی کار می‌کند. آخ، نه... آن قسمتش را تغییر داده‌ام؛ او راننده‌ی یک اتوبوس شهریه. یک دختر هم هست که همسر شخصیت مرد نیست، اما مرد دلش می‌خواهد با او ازدواج کند. البته دخترک از وجود مرد بی‌خبر است، یعنی یک جورهایی می‌داند او کیست، اما در واقع نمی‌داند. مرد خواب می‌بیند که..."

در آسانسور در طبقه‌ی بعدی باز می‌شود و نماینده‌ی ادبی خارج می‌شود و به شما می‌گوید: "وای چقدر عالی به نظر می‌آید. ببخشید من عجله دارم، باید بروم." شما همان‌طور ایستاده‌اید و کف دست‌های عرقی‌تان را به پیراهن‌تان می‌مالید و حسابی با خودتان درگیرید، زیرا حتی نتوانستید به اصل ماجرا برسید. در واقع اصلاً فرصت نکردید قسمت جالب داستان‌تان را تعریف کنید که در آن راننده‌ی اتوبوس خواب یک حمه‌ی تروریستی در شهربازی دیزنی‌لند را می‌بیند؛ درست همان‌طوری که در سپتامبر سال ۲۰۰۱ خواب حملات تروریستی برج‌های دوقلو را دیده بود. اما دیگر مهم نیست. آن نماینده رفته و شما هر شانس را که ممکن بود داشته باشید، از کف داده‌اید.

حالا فیلم را به عقب برگردانید و تکه‌ی آخر آن را دوباره بازی کنید:

در آسانسور بسته می‌شود و شما احساس می‌کنید که قلب‌تان درست زیر تارهای صوتی‌تان دارد تپ‌تپ می‌کند. در جواب او می‌گویید: "دارم یک رمان رم‌آلود ماوراءالطبیعی می‌نویسم که شخصیت اصلی آن راننده‌ی اتوبوسی است که درباره‌ی یک حمه‌ی تروریستی در شهربازی دیزنی‌لند رؤیای صادقه می‌بیند؛ این در حالی است که او قبلاً هم در سپتامبر سال ۲۰۰۱ چنین خوابی دیده بود."

در آسانسور در طبقه‌ی بعدی باز می‌شود و نماینده خارج می‌شود. او برمی‌گردد و در حالی که قیافه‌اش یک طور خنده‌داری شده، برچسب نام شما را دوباره می‌خواند: "ببین، من الان باید در یک جلسه حاضر شوم، اما کتاب تو دقیقاً همان نوع کتابی است که دوست دارم بخوانم. می‌توانیم با هم صحبت کنیم؟ این کارت ویزیت من است که شماره‌ی تلفن همراهم رویش نوشته شده است. یک ساعت دیگر به من زنگ بزن."

دیدید چقدر تفاوت داشتند؟ در هر دو مورد داستان فوق‌العاده‌ی شما یکسای است. در روایت اول شما نمی‌دانید داستان‌تان را چگونه باید در یک جمله عرضه کنید اما در دومی می‌دانید.

اگر بتوانید یک خط داستانی خوب بنویسید، آنگاه همه‌ی افراد زنجیره‌ی فروش خط داستانی ابتکاری خودشان را ضمیمه‌ی داستان شما می‌کنند. هیچ‌کدام این افراد داستان‌تان را به‌خوبی خود شما نمی‌شناسند و آن را مثل شما دوست ندارند. ممکن است آن‌ها تمام تلاش‌شان را بکنند اما باز هم خط داستانی‌ای که می‌نویسند از جوهره‌ی داستان شما تهی باشد. اگر نماینده یا ویراستاران از همان ابتدا با خط داستانی شما آشنا باشند، اطمینان حاصل می‌کند که دیگر افراد زنجیره‌ی فروش هم خط داستانی شما را از بر خواهند کرد. هرچه خط داستانی ساده‌تر باشد، انتقال آن در طول زنجیره‌ی فروش هم آسان‌تر خواهد بود.



خط داستانی فقط یک ابزار فروش نیست؛ این عنصر می‌تواند در ایجاد تمرکز در تلاش‌های خلاقانه‌ی شما طی ماه‌های دشوار برنامه‌ریزی و نوشتن داستان‌تان هم مؤثر باشد. دانستن "موضوع اصلی" داستان‌تان به شما کمک می‌کند در مواجهه با دشواری‌های معمول از مسیر اصلی خود منحرف نشوید. اگر بعد از نوشتن پیش‌نویس اولیه همچنان خط داستانی خود را پیدا نکرده باشید، آنگاه نوشتن آن می‌تواند در بازخوانی و اصلاح به کمک‌تان بشتابد تا از شر بخش‌های غیرضروری داستان‌تان خلاص شوید. اگرچه وجود خط داستانی ضروری نیست، اما این عنصر می‌تواند برای شمای نویسنده و تمام افرادی که در زنجیره‌ی فروش رمان‌تان دخیل هستند، بسیار ارزشمند باشد.



نوشتن یک خط داستانی عالی

هدف از نوشتن خط داستانی این است که یکی از این دو واکنش احتمالی را از شنونده دریافت کنیم:

✓ به! خوشم آمد. بیشتر برایم بگو.

✓ شرمنده، راستش زیاد خوشم نیامد.



خط داستانی شما باید بلافاصله، شنونده را از اینکه در گروه مخاطبان داستان شما جای می‌گیرد یا خیر، آگاه کند (در فصل ۳ با جزئیات بیشتر درباره‌ی نحوه‌ی انتخاب مخاطب مناسب توضیح داده‌ایم). یادتان باشد که شما هرگز نمی‌توانید کتابی بنویسید که برای همه جالب باشد. اگر کسی در گروه مخاطبان شما جای نگرفت، اشکالی ندارد، زود از او دل می‌کنید و سراغ نفر بعدی می‌روید. اما اگر کسی به گروه مخاطبان تان تعلق داشته باشد، پیروز شده‌اید.

یک خط داستانی خوب باید الزاماً این خصوصیات را داشته باشد:

- ✓ مختصر باشد: خط داستانی باید کوتاه باشد تا شما و تمام افراد زنجیره‌ی فروش کتاب‌تان، بتوانید به راحتی آن را از بر کنید و به زبان بیاورید.
- ✓ احساسات را برانگیزد: هدف نوشتن داستان اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده است. بنابراین خط داستانی باید نوع تجربه‌ی حسی‌ای را که داستان شما قرار است ارائه دهد، افشا کند.
- ✓ حس کنجکاوی را بیدار کند: خط داستانی نباید داستان را لو بدهد. خط داستانی باید سؤال داستانی را طرح کند و به پاسخ نیاز داشته باشد.

گر می‌خواهید نحوه‌ی نوشتن یک خط داستانی خوب را یاد بگیرید، فهرست کتاب‌های پرفروش را نگاه کنید. آن‌ها اغلب خلاصه‌ای تک جمله‌ای از هر کتاب ارائه می‌دهند. بررسی کنید که آن جملات چطور کنجکاوی شما را تحریک می‌کنند و احساسات‌تان را تنها با بیان چند کلمه به غلیان وا می‌دارند.

در ادامه به تعدادی از ویژگی‌های مهم یک خط داستانی موفق اشاره می‌کنیم. این ویژگی‌ها الزامی نیستند اما رهنمودهای خوبی به شمار می‌آیند:

- ✓ خودتان را به ۲۵ واژه - یا کمتر - محدود کنید اگر بتوانید خط داستانی را با کمتر از ۱۵ واژه توصیف کنید امتیاز بیشتری می‌گیرید.
- ✓ در خط داستانی به تعداد کمی از شخصیت‌ها اشاره کنید. یک یا دو نفر کافی است. سه شخصیت، بیشترین تعدادی است که مجازید در خط داستانی داشته باشید.
- ✓ فقط یک رگه از داستان را تعریف کنید: مهم‌ترین یا جالب‌ترین بخش.

✓ سعی کنید تا جایی که می‌توانید از نام بردن شخصیت‌ها طفره بروید. به جای این کار آن‌ها را با توجه به بی‌ثباتی‌های درونی‌شان - که به کشمکش در داستان منجر می‌شوند - توصیف کنید. "هنرمند بندبازی که یک دستش را از دست داده" قطعاً از "جو" جالب‌تر است. (البته هرگاه شخصیت مشهوری - مانند هودبنی شعله‌ناز، یا ماری کوری فیزیک‌دان - در رمان شما نقش داشته باشد،



- تحتی از این قاعده ممکن است و می‌توان به اسامی شخصیت‌ها اشاره کرد).
- ✓ وقتی خط داستانی یک رمان تاریخی را می‌نویسید، در صورتی که دوره‌ی زمانی و موقعیت جغرافیایی داستان به اعتبار آن می‌افزایند، آن‌ها را ذکر کنید.
- ✓ از صفت‌هایی استفاده کنید که حس همدردی را در خواننده تحریک می‌کنند؛ یا یکی از شخصیت‌ها را مثل یک غریبه معرفی کنید. واژه‌ی جوان مدام در خط‌های داستانی مشاهده می‌شود، زیرا این واژه مفهوم آسیب‌پذیری را در خود دارد و برای فرهنگ امروزی جوان‌محور جالب است. اشاره به جنسیت شخصیت‌ها نیز ممکن است تش‌های عاشقانه ایجاد کند یا شخصیت‌هایی را نشان دهد که از کلیشه‌ها عبور کرده‌اند. اگر اشاره به جنسیت شخصیت‌ها تب و تاب داستان را زیاد نشان می‌دهد، می‌توانید در این باره کمی زیاده‌گویی هم بکنید.
- ✓ واژه‌ها نداشته باشید و با استفاده از فعلی مثل ستیز کردن یا گلاویز شدن به جمله‌هایتان کمی هیجان بدهید.
- ✓ با گنجاندن عاملی غافلگیر کننده یا عباراتی تکان دهنده در پایان حمله، خط داستانی را حمایت کنید.

شما می‌توانید خط داستانی را در هر زمانی بنویسید. خیلی چیزها به الگوی نوشتاری خلاق بستگی دارد که دنبال می‌کنید (در فصل ۴ درباره‌ی این الگوها توضیح داده‌ایم). اگر نویسنده‌ی پیرو شیوه‌ی غریزی یا ویرایش همزمان هستید، احتمالاً بهتر است خط داستانی را بعد از پیش‌نویس اول - زمانی که داستان را به‌خوبی فهمیدید - بنویسید. اگر پیرو الگوی دانه‌برفی یا طرح کلی هستید، بد نیست که پیش از شروع به نوشتن، خط داستانی را پیش‌بینی کنید. پیشنهاد می‌کنیم که متناوباً به سراغ خط داستانی بروید زیرا این کار سبب می‌شود خط داستانی هوشمندانه‌تر، معتبرتر و شیواتر شود.

طی کردن مراحل می‌تواند در نوشتن خط داستانی به شما کمک کند. ممکن است بخواهید با نوشتن خط داستانی چند رمان چاپ شده تمرین کنید (در قسمت بعدی چند نمونه خط داستانی را عنوان می‌کنیم). وقتی آمادگی لازم را پیدا کردید، می‌توانید نوشتن خط داستانی برای رمان خودتان را امتحان کنید.



۱. شخصیتی را که می‌خواهید خط داستانی بر او تمرکز داشته باشد، انتخاب کنید.

معمولاً تمرکز خط داستانی روی قهرمان داستان است. اما می‌توان روی شخصیت تبهکار یا فرد دیگری هم کار کرد. سؤالات زیر برای تحریک حسگرهای شما و ایجاد جرقه‌ای برای نوشتن خط داستانی طراحی شده‌اند:

- کدام یک از شخصیت‌های داستان شما متناقض‌ترین ارزش‌ها را دارد؟ (در فصل ۷ به تفصیل درباره‌ی ارزش‌ها صحبت کرده‌ایم)

- کدام شخصیت قوی‌ترین نقش را در داستان ایفا می‌کند؟
- کدام شخصیت با سخت‌ترین مانع یا بزرگ‌ترین تناقض مواجه است؟
- هدف داستانی هریک از شخصیت‌های اصلی چیست؟ (در فصل ۷ درباره‌ی اهداف داستانی توضیح داده‌ایم)

۲. جمله‌ای درباره‌ی این شخصیت بنویسید که در آن یک سؤال داستانی احتمالی نهفته باشد.

سؤال داستانی پرسشی است که به احتمال شکست یا پیروزی شخصیت رمان شما در رسیدن وی به هدف داستانی‌اش اشاره دارد (در فصل‌های ۶ و ۷ درباره‌ی سؤال داستانی بیشتر توضیح داده‌ایم).

۳. جمله را ویرایش کنید.

نوشتن یک خط داستانی قوی به تمرین زیادی نیاز دارد و ممکن است دفعه‌ی اول نتوانید آن را به‌خوبی از آب درآورید (اگر بتوانید دفعه‌ی اول خط داستانی خوبی بنویسید، احتمالاً شـم در عرصه‌ی بازاریابی نابغه‌اید). مادامی که آخرین تلاش‌تان برای نوشتن خط داستانی نتیجه‌ی مطلوب بدهد، اینکه ده - بیست دفعه‌ی اول موفق نبوده‌اید، اشکالی نخواهد داشت. پس، از خودتان چند سؤال بپرسید: آیا شخصیت داستان جالب است؟ آیا پی‌رنگ ساده است؟ آیا واژه‌ها از نظر حسی تهییج‌کننده‌اند؟

آیا به ساختن محیط داستان نیاز دارید؟ آیا می‌توانید از جمله‌ای که نوشته‌اید با عامل غافلگیری یا شوک احساسی حمایت کنید؟

به یاد داشته باشید: خط داستانی باید از هر چیز غیرضروری تهی باشد و حتی چیزهایی را که در ساختار داستان شما ضرورت کمتری دارند، کنار بگذارد. در ساده‌کردن خط داستانی بی‌رحم باشید. مسئله این نیست که چقدر اطلاعات می‌توانید در خط داستانی جای دهید، مسئله این است که چقدر می‌توانید مطالب را ساده کنید و همچنان تأثیری ماندگار از خود بر جای بگذارید.

۴. بگذاریدش برای بعد.

خط داستانی شما احتمالاً بی‌نقص نیست. یک هفته یا یک ماه دیگر دوباره به سراغش بروید و سعی کنید آن را بهبود ببخشید. برای نکات بیشتر درباره‌ی اصلاح خط داستانی به فصل ۱۳ بروید.

چند مثال: نگاهی به خط داستانی ۲۰ رمان پرفروش

لطفاً توجه داشته باشید که نوشتن خط داستانی یک هنر است نه علم و واقعاً هیچ راه جامع و خوبی برای این کار وجود ندارد. هدف از نوشتن خط داستانی برانگیختن حس توجه در خواننده‌ی مورد نظر شماست، به طوری که او بگوید: "آخ جون! بازم بگو".

بهترین راه برای آموختن نحوه‌ی نگارش خط داستانی، مطالعه‌ی چند نمونه است. تلاش کنید برای رمان‌های زیر خط داستانی بنویسید، بعد نوشته‌ی خود را با نوشته‌های ما مقایسه کنید. تمرین کردن باعث نمی‌شود استاد شوید اما به شما کمک می‌کند بهتر شوید.



شکستن قوانین با تغلف

توجه کنید که زندگی یکی از قوانین خود را زیر پا گذاشته (و نام پاولِ حواری را، که یک شخصیت مشهور است، افشا کرده است) زیرا این کار هیجان بیشتری ایجاد می‌کند.

اگر تغلف را خوانده باشید، می‌دانید که هیچ‌یک از دو شخصیت اصلی این داستان در خط داستانی ذکر نشده‌اند اشکالی هم ندارد. هدف این خط داستانی، طرح این سؤال بود: آیا فیزیک‌دان می‌تواند آن پاولِ مزاحم را به قتل برساند، یا نه؟

زندگی در یک جلسه‌ی آشنایی و امضای کتاب، با استفاده از یک خط داستانی ۱۱ کلمه‌ای، چندین نسخه از رمان اولش، تغلف، را به فروش رساند. خط داستانی او چنین بود: "یک فیزیک‌دان برای قتل پاولِ حواری در زمان به عقب برمی‌گردد." واکنش به این جمله همیشه یا یک خمیازه بود یا نوعی ابراز شگفتی. زندگی در پاسخ به آن‌هایی که شگفت‌زده می‌شدند می‌گفت: "راستی من خودم فیزیک‌دان هستم و درباره‌ی سفر هم اطلاعات زیادی دارم."

در اینجا به خط داستانی ۲۰ رمان اشاره شده است. مثال‌های ما بین ۱۴ تا ۲۷ واژه دارند (به‌طور میانگین ۱۹ واژه). این مثال‌ها را بخوانید. اگر تمرین کنید، احتمالاً خواهید توانست خط‌های داستانی بهتری بنویسید.

✓ چشمک، نوشته‌ی نِد دِکِر (مهیج مذهبی): "زن جوان سعودی در حال فرار از دست خانواده‌اش، با نابغه‌ی فیزیک اهل برکلی که به‌تازگی فهمیده می‌تواند آینده را ببیند، آشنا می‌شود."

آنچه سبب می‌شود این خط داستانی مؤثر واقع شود، ترکیبی نامعروف است: زن مسلمان و پارسا در کنار یک دانش‌جوی فیزیک غیرمذهبی چنان جدایی به داستان می‌بخشد که مسیحیان محافظه‌کار و مؤمنی که دوستدار رمان‌های مهیج و مخاطبان آثار دِکِر هستند، نمی‌توانند در مقابل آن مقاومت کنند. ما عنصر ماوراءالطبیعه (دیدن آینده) را هم در این خط داستانی گنجانده‌ایم تا به خاص بودن آن بیفزاید.

✓ **قبیله‌ی خرس غارنشین، نوشته‌ی جین اول (تاریخی):** "دختر جوانی از گونه‌ی انسان، در اروپای عصر یخبندان تقلا می‌کند از آزار خانواده‌ی نئاندرتال ناتنی‌اش جان به در برد."

در اینجا ما فقط به یک شخصیت اشاره می‌کنیم و او آیلا، دختری است که در آغاز داستان ۴ سال دارد. چرا دیگر شخصیت‌های داستان را ذکر نمی‌کنیم؟ زیرا هرچه کمتر، بهتر. با اشاره نکردن به آن‌ها، جا برای هیجان آخر جمله بار می‌شود: آیلا بین نئاندرتال‌ها زندگی می‌کند. این مورد، مثال دیگری از گنجاندن شوک احساسی در خط داستانی است.

✓ **تماس، نوشته‌ی کارل سییگن (علمی - تخیلی):** "زن فضانورد جوانی متوجه سیگنال‌های رادیویی بیگانه‌ها از یک ستاره‌ی نزدیک می‌شود."

خط داستانی در اینجا جنسیت شخصیت محوری داستان را برجسته می‌کند و در مقابل کلیشه‌ی مرد بودن دانشمندان قد علم می‌کند. این کار به‌طور خودکار باعث برانگیختن هم‌حسی مخاطب می‌شود، زیرا قهرمان داستان یک تاره‌وارد است. واژه‌ی بیگانه همیشه - خصوصاً در داستان‌های علمی-تخیلی - هیجان ایجاد می‌کند.

✓ **راز داوینچی، نوشته‌ی دن براون (مهیج):** "نمادشناسی از هاروارد، همراه با خانم رمزنگاری از فرانسه، طی جدالی مرگبار در سرتاسر اروپا، معمای جام مقدس را حل می‌کنند."

اشاره‌ی مستقیم به شخصیت‌های مذکر و مؤنث نشان از تنش‌های عاشقانه دارد که همیشه - حتی اگر در داسن مرکزی هم نداشته باشد - جالب توجه است. در این مورد، خط داستان به خودی خود دارای هیجان است و این امر از سه عبارت واکنش برانگیز مجزا قابل تشخیص است: "جام مقدس" اشاره به مذهب دارد، "جدال مرگبار" عبارت یادآور ژانر مهیج است و "اروپا" حس خوش آب و رنگ غیربومی و تازگی‌ای را به اثر می‌بخشد که آن را برای مخاطبان آمریکایی جذاب می‌کند.

✓ **شرکت، نوشته‌ی جان گریشام (مهیج حقوقی):** "وکیلی مستعد و جوان، شغلی فوق‌العاده در یک شرکت پیدا می‌کند که در حقیقت سرپوشی است برای یک عملیات پول‌شویی مافیایی."

این خط داستانی بر یک شخصیت تمرکز می‌کند و او را به‌سرعت از یک نقطه‌ی اوج ("شغل فوق‌العاده") به یک نقطه‌ی پست ("عملیات پول‌شویی مافیایی") می‌برد. گنجاندن اندکی ذوق در آغاز جمله ("وکیلی مستعد و جوان") کار متداولی است، اما در واقع محرک اصلی در پایان جمله به کار رفته است.

✓ **دختری با گوسواره‌ی مروارید، نوشته‌ی تریسی چوالیر (تاریخی-ادبی):**

“ندیمه‌ی جوانی در هلند قرن ۱۷ در خانه‌ی نقاش شهیر، یوهان ورمیر، در قلب یک اختلاف زناشویی قرار می‌گیرد.”

این خط داستانی، مانند خود داستان، با رنگ‌های مات به تصویر کشیده شده است. ما با گنجاندن نام نقاش شهیری که نقش مهمی در داستان دارد، به خط داستانی هیجان افزوده‌ایم.

✓ **پارک گورکی، نوشته‌ی مارتین کروزر اسمیت (رمزآلود):** “یک کارآگاه جنایی در مسکو در حال رسیدگی به پرونده‌ی سه قتل عجیب، گرفتار کا.گ.ب و اف.بی.آی می‌شود.”

کارآگاهان جنایی شخصیت‌های پیش پا افتاده‌ای هستند و به همین دلیل ما ابتدا بر آنچه این کارآگاه را خاص می‌کند، انگشت گذاشته‌ایم: او در مسکو کار می‌کند. در ادامه واژه‌ی عجیب را به کار برده‌ایم که جنبه‌ی هیجانی دارد و استفاده از آن در خط داستانی رمان‌های این ژانر رواج دارد. خواننده تعجب نمی‌کند که یک پلیس در مسکو با کا.گ.ب درگیر شود اما ما با افزودن واژه‌ی اف.بی.آی قضیه را بعریج‌تر می‌کنیم. خواننده‌ی این ژانر می‌خواهد بداند که چرا اف.بی.آی و کا.گ.ب با هم تباری کرده‌اند.

✓ **شکار اکبر سرخ، نوشته‌ی تام کلنسی (مهیج-فناوری نظامی):** “ناخدای یک زیردریایی روسی، در تلاش خود برای تحویل جدیدترین زیردریایی روس‌ها به آمریکا، نیروی دریایی شوروی را سرگردان می‌کند.”

خط داستانی بر یک شخصیت عددی - ناخدای زیردریایی - متمرکز شده است. ما اصلاً از جناب جک راین، شخصیت میلیون‌دلاری آفریده‌ی تام کلنسی، حرفی به میان نیاورده‌ایم. می‌پرسید چرا؟ چون اگر سؤال داستانی به حد کافی قوی باشد، انتظار حضور یک قهرمان توانمند در داستان ایجاد خواهد شد. رایان شخصیت توانمندی است، اما در این لحظه برای جلب توجه به او نیاز نداریم. خط داستانی ما پر از نکته‌های محرکی است که خصوصاً در اوایل دهه‌ی ۸۰ میلادی، که جنگ سرد به اوج خود رسیده بود، حساسیت زیادی داشتند.

✓ **بادبادک‌باز، نوشته‌ی خالد حسینی (ادبی):** “پسری که در افغانستان بزرگ شده است، با شرمندگی ناشی از ناتوانی‌اش در مبارزه با دار و دسته‌ای که به نزدیک‌ترین دوستش تعرض کرده‌اند زندگی می‌کند.”

خط داستانی با واژه‌ای شروع می‌شود که خواننده را اسیر خود می‌کند: افغانستان. با توجه به نام نویسنده، خواننده بلافاصله فکر می‌کند که رمان نگاهی نزدیک به یک کشور مرموز است. ما در ادامه به یک سری نکات محرک اشاره می‌کنیم: شرمندگی، ناتوانی، دار و دسته، تعرض، دوست. خط داستانی نوید ماجری

متفاوتی را می‌دهد که اصل کتاب قرار است آن را عرضه کند.

✓ **ارباب حلقه‌ها، نوشته‌ی جی. آر. آر. تالکین (خیال‌انگیز):** «هابیتی می‌فهمد که نابود کردن حلقه‌ی سحرآمیزش کلید نجات زمین میانه از جنگ ارباب تاریکی است.»
توجه کنید که چطور بسیاری از شخصیت‌ها را در این خط داستانی از قلم انداخته‌ایم: جادوگرها، الف‌ها، اورک‌ها، انت‌ها، گالوم، شلب، تام بُمادیل. در ضمن برخی از مکان‌های مهم را هم ذکر نکرده‌ایم: شایر، ریویندل، لوتلورین، روهان، میناس تیریت و حتی موردور. خط داستانی را به فرود، قهرمان داستان و ارباب تاریکی محدود کرده‌یم. در نبرد بین خیر و شر، کافی است فقط به نمایندگان این دو جبهه اشاره کنید.

✓ **استخوان‌های دوست‌داشتنی، نوشته‌ی آلیس سیبولد (ادبی):** «دختر جوانی پس از اینکه توسط یک همسایه مورد تعرض قرار می‌گیرد و به قتل می‌رسد، از بهشت شاهد آشتی‌جویی خانواده‌اش است.»

این خط داستانی بر یک جنبه‌ی نامتعارف داستان تأکید می‌کند: تماشای ماحراها از بهشت ببینید چطور چند واژه‌ی دلخراش را کنار هم چیده‌ایم («مورد تعرض قرار می‌گیرد و به قتل می‌رسد»). داستان برای برخی از خواننده‌ها بیش از حد جگرخراش است و این خط داستانی آن‌ها را بلافاصله متوجه این می‌کند که قادر به تحمل آن نیستند.

✓ **مردی از سن پترزبورگ، نوشته‌ی کن فولت (مهیج تاریخی):** «در سال ۱۹۱۴ یک آشوب‌طلب روس سعی در ترور اشراف‌زاده‌ای دارد که در حال رایزنی برای ورود کشورش به جنگ اول جهانی است.»

خط داستانی با یک تاریخ - ۱۹۱۴ - آغاز می‌شود که از واجبات رمان‌های تاریخی است. حالا بیا بید محرک‌ها را بشماریم: «آشوب‌طلب روس»، «ترور»، «اشراف‌زاده» و «جنگ اول جهانی». اگر این رمان را خوانده باشید، می‌دانید که داستان چهار شخصیت اصلی دارد و هر یک از آن‌ها مسیر داستانی مهمی را طی می‌کنند و نیز اینکه وینستون چرچیل جوان هم در ماجرا نقش دارد. ما تصمیم گرفتیم فقط به یک شخصیت مهم (فرد تروریست) و یک شخصیت پیش‌پاافتاده (اشراف‌زاده‌ی روس) اشاره کنیم. می‌پرسید چرا سه شخصیت مهم را جا انداخته‌ایم؟ زیرا هرچه کمتر، بهتر. سعی کنید خط داستانی خود را روی برجسته‌ترین نکته بنا کنید. می‌پرسید چرا به چرچیل اشاره نکرده‌ایم؟ زیرا نمی‌دانستیم چطور می‌شود بدون غلو بیش از حد در خط داستانی از نام او هم استفاده کنیم. شما ببینید آیا می‌توانید با حذف یک مورد و افزودن نام چرچیل خط داستانی را بهبود بخشید.

✓ نام من آشیر لیو است، نوشته‌ی چاییم پوتوک (ادبی): "یک هرمند یهودی اُرتدکس تلاش می‌کند هنر، مذهب و خانواده‌اش را با هم آشتی دهد."

ما در اینجا کشمکش‌های درونی را بر خسته ساخته‌ایم: یهودیت اُرتدکس از گذشته‌ی دور با هنرهای بصری مشکل داشته است، زیرا فرمان دوم از ده فرمان، تهیه‌ی تصویر را ممنوع کرده است. هرمند داستان، آشیر لیو، برای رسیدن به درجات عالی در کُرش مجبور است سنتی چند صد ساله را بشکند. ما این خط داستانی را با واژه‌هایی مانند "خانواده‌اش" سنگین‌تر کرده‌ایم زیرا به این شکل نشان می‌دهیم که تمرد ز مذهب همواره در زندگی خصوصی افراد گران تمام می‌شود.

✓ خارجی، نوشته‌ی دیانا گابالدون (عاشقانه - سفر زمان): "یک پرستار جوان انگلیسی که از سال ۱۹۴۵ به سال ۱۷۴۳ سفر کرده است، به دنبال راهی برای بازگشت به خانه است."

نیروی نهفته در واژه‌ی ساده‌ی خانه را دست‌کم نگیرید. بازگشت به خانه حامل وزن احساسی زیادی برای بسیاری از خواننده‌هاست. از آنجا که این رمان در ژانر سفر زمان نوشته شده است و در عین حال مبدأ آن هم در زمان حال نیست، خط داستانی حاوی دو نقطه‌ی منقضی در زمان است. این جمله با ذکر تاریخ و مکان (اسکاتلند سال ۱۷۴۳) قوت بیشتری دارد زیرا هر خواننده‌ای که درباره‌ی شاهزاده چارلی و شورش مغلوب هواداران جیمز فرانسیس ادوارد در سال ۱۷۴۵ اطلاعات داشته باشد، از این داستان خوش‌اش خواهد آمد.

✓ ستون‌های زمین، نوشته‌ی کن فولیت (مهیج تاریخی): "سنگ‌تراشی در انگلستان قرن ۱۲ تقلا می‌کند که روایای زندگی‌اش، یعنی ساختن یک کلیسای جامع، را تحقق بخشد."

تقریباً همه موافق‌اند که این کتاب بهترین اثر فولیت است، اما خط داستانی همچنان بسیار ساده است. در این داستان، ما سنگ‌تراش بیچاره‌ای داریم که می‌خواهد یک کلیسای بزرگ بسازد. خط داستانی تنها به بارقه‌ای از جذابیت نیاز دارد. یا برای خواننده مهم است که سنگ‌تراش فقیر بتواند بنا را بسازد، یا او به این موضوع اهمیت نمی‌دهد. خط داستانی باید افرادی را که به این موضوع اهمیت می‌دهند جذب کند و گروه دیگر را بر حذر دارد.

✓ غرور و تعصب، نوشته‌ی جین آستن (عاشقانه): "یک زن جوان انگلیسی، از یک خانواده‌ی خاص، مورد توجه مرد جوان ثروتمند و متکبری قرار می‌گیرد."

این خط داستانی نقطه‌ضعف‌های زن جوان ("عضویت در یک خانواده‌ی خاص") و نیز خواستگار او را ("متکبر") عنوان می‌کند و در پایان این سؤال پیش می‌آید که آیا مرد جوان موفق می‌شود و آیا خواننده خواهان موفقیت اوست یا خیر.

✓ **خدای رودخانه، نوشته‌ی ویلبر اسمیت (تاریخی-ماجراجویانه):** "خواجeh‌ای در مصر باستان سده‌ی ۱۸ پیش از میلاد، باید از دسیسه‌های بانوی قصر و پدر شرورش جان به در برد."

در این مثال ما سه شخصیت را به شما نشان داده‌ایم: برده، بانوی مالکش و پدر بانو. کشمکش این داستان، دو شخصیت را در برابر یک نفر قرار می‌دهد و بدیهی است که این نبردی ناعادلانه است. برده و بانو هیچ کدام دارای نفوذ و قدرت یک مرد عجیب‌زاده نیستند. در ضمن ما دو ویژگی بسیار جالب را در یک شخصیت واحد گنجانده‌ایم: برده هم نابغه است و هم خواجeh. هر دوی این ویژگی‌ها او را به شخصیتی غیرعادی تبدیل می‌کند.

✓ **سرعت تاریکی، نوشته‌ی الیزابت مون (ادبی):** "دانشمندی که به درخودماندگی مبتلاست، باید درباره‌ی تن دادن به درمان جدیدی که از او فردی عادی می‌سازد و هویتش را برای همیشه تغییر می‌دهد، تصمیم بگیرد."

در این خط داستانی تنها به یک شخصیت اشاره می‌شود که در ذات خویش جالب است: یک "دانشمند درخودمانده". در اینجا دوباره از محرکی بهره گرفته‌ایم که برای طیف وسیعی از مخاطبان جذابیت دارد: "تغییر هویت بری همیشه". اکثر آدم‌ها در برابر کوچک‌ترین تلاش برای تغییر هویت‌شان مقاومت شدیدی نشان می‌دهند. می‌پرسید چرا از عبارت برای همیشه استفاده کرده‌ایم؟ فکر می‌کنید همیشگی بودن این اتفاق بدیهی است؟ شاید این طور باشد، اما این عبارت وزن عاطفی بیشتری به جمله می‌افزاید و این وجود یک عبارت اضافه را توجیه می‌کند.

✓ **جاسوسی که از سردسیر آمد، نوشته‌ی جان لو کاره (مهیج جاسوسی):** "جاسوسی بریتانیایی برای سرپوش گذاشتن بر نقشه‌ای پیچیده جهت به دام انداختن رئیس یک تشکیلات ضدجاسوسی در برلین شرقی، "بافر افکنندگی" بارنشته می‌شود."

این خط داستانی انگیزه‌ی یکی از بهترین رمان‌های جاسوسی‌ای را که تا به امروز نوشته شده، توصیف می‌کند. همه عاشق عملیات ضربتی، خصوصاً در رمان‌های جاسوسی، هستند. بیایید محرک‌های هیجانی را بشمریم: "جاسوس بریتانیایی"، "سرافکنندگی"، به دام انداختن، "ضدجاسوسی" و "برلین شرقی". خواندن این رمان برای هر کسی که بخواهد رمان مهیج بنویسد ضرورت دارد.

✓ **همسر مسافر زمان، نوشته‌ی آدری نیفنگر (ادبی):** "زن جوانی در کنار مردی عجیب که در زمان سفر می‌کند و گاه و بیگاه ناپدید می‌شود و دوباره سر و کله‌اش پیدا می‌شود، زندگی می‌کند."

ما در اینجا با استفاده از دو واژه‌ی عجیب و گاه و بیگاه کوشیده‌ایم بر هرج و مرج حاکم بر رابطه‌ای که در داستان جنبه‌ی محوری دارد، تأکید کنیم.

ساختار سه پرده‌ای: ترتیب دادن سه فاجعه

یک رمان باید به قدری ساده باشد که بشود آن را در یک جمله توضیح داد. اما در عین حال، رمان باید به قدری پیچیده باشد که نوشتن آن صدها صفحه را پر و خواننده را برای ساعت‌ها با خود همراه کند. اکنون می‌خواهیم به بررسی لایه‌ی بعدی پیچیدگی رمان - که بعد از خط داستانی قرار دارد - بپردازیم: ساختار سه پرده‌ای که در تحلیل داستان‌ها بسیار پرکاربرد است. این ساختار کارهای زیر را انجام می‌دهد:

✓ به شما اجازه می‌دهد اصلی‌ترین نکات داستان‌تان را در قالب یک جریان معنی‌دار در ذهن خود حفظ کنید.

✓ کمک‌تان می‌کند این نکات اصلی را با متولیان حرفه‌ای امر نشر به شکلی در میان بگذارید که آن‌ها انتظار دارند (در این باره در قسمت "خلاصه کردن ساختار سه پرده‌ای برای علاقه‌مندان" توضیح بیشتری خواهیم داد).

در این قسمت چند نکته درباره‌ی زمان‌بندی آموزش می‌دهیم و نیز نشان‌تان می‌دهیم که چرا ساختار سه پرده‌ای مهم است، چطور می‌توانید پرده‌های داستان را تجزیه کنید و اینکه چطور باید هیجان داستان را به اوج برسانید.

ممکن است از خودتان بپرسید که آیا استفاده از سه پرده در رمان هم لازم است یا خیر. خیر، البته که لازم نیست. در داستان‌نویسی هیچ قانون ثابتی وجود ندارد؛ شما می‌توانید برای رمان خود از هر ساختاری که از آن جواب می‌گیرید استفاده کنید. اما ما پیشنهاد می‌کنیم که در به کار بردن ساختار سه پرده‌ای مهارت پیدا کنید زیرا این ساختار بر بدنه‌ی بسیاری از رمان‌ها منطبق می‌شود. همه‌ی افرادی که در صنعت نشر دست دارند، این ساختار را می‌فهمند و این راه را برای شما باز می‌کند تا داستان خود را به راحتی برای دیگران تشریح کنید. اگر هم به نظر‌تان ساختار سه پرده‌ای برای رمان شما مناسب نیست، فکر کردن به اینکه چرا این ساختار به درد رمان‌تان نخورده است، فعالیت ارزشمند خواهد بود. این کار به بینش شما درباره‌ی داستان‌تان زرقا می‌بخشد.



نگاهی به ارزش ساختار سه پرده‌ای

وقتی نماینده‌ای به داستان شما علاقه نشان می‌دهد، در مرحله‌ی بعدی شما باید استخوان‌بندی داستان خود را به او نشان دهید: مقدمه‌چینی، سسله‌ای از فجایع مهم (یکی بدتر از دیگری) و سپس پایان داستان. به این می‌گویند ساختار سه پرده‌ای.

سناریویی را که پیش‌تر خواندید مجسم کنید؛ طی همایش ادبی و در آسانسور هتل با یک نماینده‌ی ادبی آشنا شدید و خط داستانی‌تان را برای او تعریف کردید و او علاقه‌مند

شد با شما جلسه‌ای داشته باشد (این سناریو در قسمت "درک ارزش خط داستانی" ارائه شد). حالا می‌خواهیم این سناریو را کمی بیشتر ادامه دهیم تا دلیل اهمیت ساختار سه پرده‌ای را توضیح دهیم. فرض کنید با نماینده‌ی ادبی نشست دارید تا در آن راجع به رمان‌تان گفت‌وگو کنید. تنها چیزی که او تا این لحظه می‌داند این است که داستان شما درباره‌ی راننده‌ی اتوبوسی است که خواب می‌بیند به شهربازی دیزنی‌لند حمله می‌شود، همان طوری که در سال ۲۰۰۱ خواب حملات تروریستی به برج‌های دوقلو را دیده بود:

طبیعتاً در آغاز جلسه شما کمی اضطراب دارید. شما تا به حال در یک جلسه‌ی ۱۵ دقیقه‌ای شرکت نکرده‌اید، اما بدیهی است که نماینده‌ای که پیش رویتان نشسته این تجربه را دارد. او می‌گوید: "واقعاً از خط داستانی‌ات خوشم آمد." و بعد ادامه می‌دهد: "بیشتر درباره‌ی داستان برایم حرف بزن."

شما دست‌هایتان را بین پاهایتان مهار می‌کنید تا مانع لرزیدن‌شان شوید. سپس می‌گویید: "خب، راننده اتوبوسه به حراست شهربازی تلفن می‌زنه، آن‌ها حرفش را ناور می‌کنند و با کمک هم جلوی حمله‌ی تروریستی را می‌گیرند."

دهان نماینده باز می‌ماند، برای چند ثانیه به شما خیره می‌شود، بعد می‌گوید: "اینکه رمان نیست، یک گزارش مطبوعاتی است. همه‌ی داستان همین بود؟"

قطره‌های درشت عرق بر پهلوهایتان می‌لغزند: "این چیزیه که تا این لحظه آماده شده، اما به شروعه، این طور نیست؟"

نخیر، این یک شروع نیست. این پایان یک مصاحبه است زیرا شما حقیقتاً داستانی ندارید. داستان به عناصری مثل کشمکش، مانع و فاجعه نیاز دارد. می‌پرسید چه جور فاجعه‌ای؟ فاجعه‌هایی که اوج بگیرند. بگذارید کمی فیلم را به عقب برگردانیم تا نشان‌تان دهیم که اگر یک ساختار سه پرده‌ای با تعدادی فاجعه‌ی اقتضای رو به و حامت داشته باشید اوصاف چطور پیش خواهد رفت. با پاسخ شما به درخواست نماینده برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی رمان‌تان شروع می‌کنیم:

شما دست‌هایتان را بین پاهایتان مهار می‌کنید تا مانع لرزیدن‌شان شوید. سپس می‌گویید: "خب، اون به مدت یک هفته، هر روز به حراست شهربازی تلفن می‌زنه و در نهایت برای ۷۲ ساعت به یک مرکز بیماری‌های روانی می‌فرستش تا تحت نظر قرار بگیره."

نماینده روی صندلی‌اش به جلو خم می‌شود و می‌پرسد: "چه جالب، این اقتضای خیلی خوبیه. خب بعدش چکار می‌کنه؟"

شما نفس عمیقی می‌کشید و احساس می‌کنید تپش قلب‌تان کمی آهسته‌تر شده

است، سپس ادامه می‌دهید: "بعد از دو روز او با تلفن همراهش به دختری که می‌شناسه زنگ می‌زنه و اون دختر کمکش می‌کنه از کلیسای فرار کنه، اما حالا پلیس‌ها دنبالشن."

نماینده سرش را به نشانه‌ی تأیید تکان می‌دهد: "خوبه، خوبه، بعدش چی می‌شه؟"

لبخند محوی گوشه‌ی لب شما پدیدار می‌شود. جواب می‌دهید: "در یک رؤیای جدید، اون متوجه زمان‌بندی حملات آتی می‌شه، اما در جریان تیراندازی مأموران پلیس، دختر زخمی و دستگیر می‌شه."

نماینده به شما لبخند می‌زند و می‌پرسد: "بعدش چی؟"

حالا دیگر خیلی آرام‌تر شده‌اید. ادامه می‌دهید: "اون به بیمارستانی می‌ره که دختر در اونجا تحت مراقبت شدید نگهبان‌ها بستریه. پلیس‌ها را سرتاسر لس‌آنجلس درگیر یک تعقیب و گریز می‌کنه و اون‌ها رو به انبار مهمات تروریست‌ها هدایت می‌کنه."

نماینده به پشتی صندلی تکیه می‌دهد و برای چند ثانیه بادقت نگاهتان می‌کند و سپس می‌پرسد: "یک نسخه‌ی نمونه از فصل اول کارتان دارید که من بخونم؟"

اگر نماینده تقاضای نمونه کند، همه چیز به توانایی نویسندگی شما بستگی خواهد داشت. شاید بتوانید خوب بنویسید، شاید هم نتوانید. اما به هر حال، ارائه‌ی ساختار سه‌پرده‌ای اثرتان فرصت خواننده شدن را برای آن فراهم می‌کند.

زمان‌بندی فاجعه‌ها و پرده‌های داستان

ارسطو زمانی گفت که هر داستان اول، وسط و آخری دارد. سه بخش ساختار سه‌پرده‌ای هم کاملاً این گفته‌ی ارسطو را تأیید می‌کنند. پرده‌ی ۱ اول داستان است، پرده‌ی ۲ وسط و پرده‌ی ۳ آخر.

ما معتقدیم که یک تکنیک خوب برای زمن‌بندی ساختار سه‌پرده‌ای چیزی به نام ساختار سه‌فاجعه‌ای است. ساختار سه‌فاجعه‌ای در واقع بخشی از ساختار سه‌پرده‌ای است اما اهمیت زیادی دارد. پرده‌ها تکه‌های بزرگی از داستان هستند؛ فاجعه‌ها نقصه‌هایی هستند که این تکه‌ها را به هم وصل می‌کنند. ما دوست داریم زمان‌بندی ساختار سه‌پرده‌ای را مانند زمان‌بندی یک بازی راگی تنظیم کنیم؛ ببینید:



۱. پرده‌ی ۱ تقریباً ربع اول را به خود اختصاص می‌دهد و به یک فاجعه‌ی اساسی ختم می‌شود.

فاجعه‌ی اول در پایان پرده‌ی ۱ رخ می‌دهد و آن را به پرده‌ی ۲ وصل می‌کند.

۲. پرده‌ی ۲ رُبُع دوم و سوم را به خود اختصاص می‌دهد و هر یک از این دو رُبُع به فاجعه‌ی بدتری ختم می‌شود.

فاجعه‌ی دوم در میانه‌ی پرده‌ی ۲ (پایان رُبُع دوم) رخ می‌دهد و در حقیقت پادزهری است برای حالت رکود وسط‌های داستان که بعضی‌ها به آن میانه‌ی آویزان می‌گویند. فاجعه‌ی سوم در پایان پرده‌ی ۲ رخ می‌دهد (پایان رُبُع سوم) و آن را به پرده‌ی ۳ وصل می‌کند.

۳. پرده‌ی ۳ رُبُع آخر را به خود اختصاص می‌دهد و شامل یک نقطه‌ی اوج است (به آن *راه حل* هم می‌گویند)، که به سؤال داستانی (سؤالی درباره‌ی موفقیت یا شکست شخصیت اصلی داستان) پاسخ می‌دهد.

نقطه‌ی اوج معمولاً در اواخر رُبُع چهارم رخ می‌دهد و هر چیزی که بعد از آن روی دهد در راستای کاهش تب و تاب ماجرای داستان است.

به‌طور خلاصه می‌شود گفت که ساختار سه‌پرده‌ای به این صورت است: در پرده‌ی ۱ تنش افزایش می‌یابد که این، به فاجعه‌ای ختم می‌شود که شخصیت اصلی را به‌طور کامل درگیر داستان می‌کند. تنش تا میانه‌ی پرده‌ی ۲ همچنان افزایش می‌یابد و در اینجا فاجعه‌ی دوم رخ می‌نماید؛ این فاجعه از آنچه در پرده‌ی اول روی داد بدتر است. بعد از اندکی بهبود، تنش با شدتی مضاعف از سر گرفته می‌شود و تا پایان پرده‌ی ۲ وضع به همین منوال است، تا اینکه فاجعه‌ی سوم - که بدترین فاجعه نیز هست - اتفاق می‌افتد. این سبب می‌شود که شخصیت اصلی، زمانی در پرده‌ی ۳، راهی برای حل مشکلات پیدا کند.

یک شروع فوق‌العاده

آغاز داستان شما (پرده‌ی ۱) خواننده را به دنیای داستانی می‌برد و او را با شخصیت‌های اصلی آشنا می‌کند. در این بخش ممکن است شخصیت‌ها هنوز اهداف داستانی خاصی نداشته باشند و در حال گذراندن یک زندگی عادی باشند. حتی ممکن است شخصیت‌ها در تکاپوی رسیدن به اهداف پیش پا افتاده و کسل‌کننده‌ای باشند. این احتمال هم وجود دارد که آن‌ها از همان بد اول داستان بدانند که هدف داسانی مهم‌شان چیست.

مثلاً آغاز یک فیلم کلاسیک، جنگ ستارگان، قسمت ۴: امید تازه را در نظر بگیرید. این اولین فیلم جنگ ستارگان بود که پس از اینکه در سال ۱۹۷۷ روی پرده رفت طرفداران بسیاری به‌دست آورد. (توجه: این داستان ابتدا در قالب یک رمان منتشر شد - جنگ

ستارگان: از سری ماجراهای لوک اسکای واکر به قلم جرج لوکاس، که چند ماه قبل از روی پرده رفتن فیلم منتشر شد.)

در آغاز داستان، لوک اسکای واکر جوان صاحب دو آدم ماشینی می‌شود که پیغام مرموزی را از جانب شهبانوئی زیبا حمل می‌کنند. شهبانو عاجزانه تقاضای کمک دارد. لوک دلش می‌خواست به او کمک کند اما نمی‌دانست که شهبانو کیست، چه چیزی احتیاج دارد و چه کاری از دست لوک برایش ساخته است.

آدم ماشینی آر۲-دی۲ فرار می‌کند و لوک او را تعقیب می‌کند. پس از هجوم تعداد زیادی از مردمان شنی به لوک، او با "اوبی وان کنوبی" آشنا می‌شود که در اصل مخاطب پیغام شهبانو بوده است. کنوبی به لوک توضیح می‌دهد که آدم ماشینی‌ها نقشه‌ی ستاره‌ی مرگ را دارند و باید آن را به سیاره‌ی آلدران ببرند تا به شورشیان هم‌پیمان در شکست دادن امپراتور یاری رسانند. او از لوک می‌خواهد که به آن‌ها بپیوندد. لوک با بی‌میلی تقاضای او را رد می‌کند زیرا قبلاً به عمو اوئ و زن عمو برو قول داده که تمام فصل در مزرعه‌ی ملال‌آور آن‌ها کار کند. او که نمی‌تواند همین طور بی‌خبر بسد شود و سیاره را ترک کند، می‌تواند؟

لوک دلش می‌خواهد در این ماجرا شرکت کند اما نمی‌تواند تن به چنین کاری دهد. او به چیزی احتیاج دارد تا وادارش کند از گذشته و وقایع آن دل بکند. چه چیزی ممکن است سبب شود او خودش را درگیر این ماجرا کند؟ چه چیزی باعث می‌شود شخصیت‌های اصلی اکثر رمان‌ها به طرز برگشت‌ناپذیری به ماجراجویی تن دهند؟ یک فاجعه: چیزی که اولویت‌بندی شخصیت را دگرگون می‌کند.

پایان آغاز: درگیر شدن در اثر وقوع اولین فاجعه

در پایان پرده‌ی ۱، شخصیت باید هدف داستانی‌اش را یافته و کاملاً به آن متعهد باشد. چرا متعهد؟ چون اگر شخصیت متعهد نباشد، آنگاه خواننده هم تعهدی نخواهد داشت.

هدف از قسمت آغازین رمان این است که شخصیت به ورطه‌ی بی‌بازگشتی گرفتار شود. پیش از این اتفاق، او به‌سادگی می‌تواند از مسئولیت شخصیت اصلی بودن شانه خالی کند. اما بعد از گرفتار شدن، او کاملاً در اختیار داستان است و راه بازگشتی هم ندارد. شخصیت اصلی (و خواننده‌ی داستان شما) زمانی به داستان متعهد می‌شود که فاجعه‌ای نقش او را به‌شدت برجسته کند. معمولاً فجایع کوچک برای این کار جواب نمی‌دهند؛ فاجعه باید ابعاد بزرگی داشته باشد و بتواند زندگی را زیر و رو کند در چنین حالتی است که خواننده از نظر عاطفی به داستان متعهد می‌شود و در طول کشمکش‌ها با آن همراه خواهد بود؛ او می‌خواهد پاسخ سؤال داستانی را بداند: آیا شخصیت اصلی به هدف داستانی‌اش می‌رسد، یا خیر؟



در جنگ ستارگان، لوک و ژنرال کنوپی یک سفینه‌ی باری ویران شده را کشف می‌کنند (همانی که جاواها، که عموی لوک آدم ماشینی‌ها را از آنان خرید، صاحب‌اش بودند). لوک خیلی زود می‌فهمد که عمو و زن عموش در خطر وحشتناکی هستند. او به سرعت سوار سفینه‌اش می‌شود و به خانه بازمی‌گردد. وقتی لوک به مزرعه می‌رسد می‌بیند که عمو و زن عموش - توسط سربازان مپراتوری - به قتل رسیده‌اند.

این اولین فاجعه‌ی مهم است. لوک در لحظه تصمیم خود را می‌گیرد. او دیگر مجبور نیست برای عمو و زن عموش کار کند. اما به آن‌ها یک دین دیگر دارد که آن انتقام است. او تصمیم می‌گیرد سیاره را ترک کند و به شورشیان بپیوندد. لوک همراه کنوپی به آلدران خواهد رفت تا به نابودی ستاره‌ی مرگ کمک کند.

تا به اینجا لوک اهداف کوچک و پیش پا افتاده‌ای داشت. اما حالا هدف او بزرگ‌تر است. لوک اکنون یک هدف داستانی دارد و این هدف بقیه‌ی داستان را به پیش می‌راند: پیوستن به شورشیان و نابودی ستاره‌ی مرگ. این فاجعه لوک را از یک بچه‌دهانی ترسو به مردی تبدیل کرده که مأموریت مهمی دارد. هدف از وقوع اولین فاجعه همین است. آغاز داستان تمام شده و میانه‌ی طولانی آن شروع شده است.

تقویت میانه‌ی داستان به وسیله‌ی دومین فاجعه‌ی بزرگ

میانه‌ی رمان شما (پرده‌ی ۲) حداقل نیمی از داستان را به خود اختصاص می‌دهد (درست مثل ربع دوم و سوم بازی راگبی که نیمی از کل بازی را تشکیل می‌دهند). در پرده‌ی میانی اتفاقات زیادی می‌افتد. مشکل این است که این اتفاقات هرچقدر هم که جالب باشند، بعد از مدتی یکنواخت می‌شوند.

راحت چیست؟ وقوع فاجعه‌ای دیگر. فاجعه‌ای بزرگ‌تر از فاجعه‌ی قبلی. اتفاقی که طوری به شخصیت اصلی داستان ضربه بزند که معز او تکان بخورد. این فاجعه باید تقریباً در میانه‌ی داستان رخ دهد.

در طول پرده‌ی دوم شخصیت اصلی داستان چندین بار پس‌رفت خواهد کرد. اما فاجعه‌ی دوم بسیار عظیم است؛ این فاجعه بدترین اتفاقی است که تا به این لحظه در داستان افتاده.



در جنگ ستارگان، لوک بی‌باک و ژنرال کنوپی با هتن سولو و چوباکا متحد می‌شوند. این چهار نفر بعد از ماجراهایی که درگیرشان می‌شوند، در سفینه‌ای به نام شاهین هزاره از سیاره‌ی محل زندگی لوک می‌گیرند و وارد فضای ماورا می‌شوند تا به آلدران سفر کنند. وقتی به آلدران می‌رسند متوجه می‌شوند که سیاره از بین رفته و این اصلاً چیز خوبی نیست، اما برای لوک شوک عاطفی خاصی به همراه ندارد. لوک شخصاً هیچ‌یک از میلیاردها ساکنین این سیاره را نمی‌شناخت. پس فاجعه‌ای که دنبالش می‌گردید، ین نیست.

ستاره‌ی مرگ، سفینه‌ی لوک را به وسیله‌ی اشعه‌ی جاذب به درون خود می‌کشد. لوک به همراه دیگران خود را پنهان می‌کند، یواشکی وارد ستاره‌ی مرگ می‌شود و در آنجا شهبانو یا را پیدا می‌کند و نجات می‌دهد. اوبی‌وان کنوبی اشعه‌ی جاذب را از کار می‌اندازد. هنگامی که همه به سمت سفینه می‌روند تا فرار کنند، دارت ویدر جلوی کنوبی سبز می‌شود و این دو جنگجو با شمشیرهای توری با هم مبارزه می‌کنند. بیننده در انتظار یک نبرد هیجان‌انگیز و فراری هیجان‌انگیزتر است. اما ویدر کنوبی را می‌کشد.

این همان فاجعه‌ی دومی است که عظمت زیادی دارد. کنوبی مرشد و مربی لوک و رهبر شایسته‌ی گروه بود. شخصیت‌ها از نظر روانی له شده‌اند. آن‌ها ز ستاره‌ی مرگ فرار می‌کنند، با تعقیب‌کنندگان می‌جنگند و به سوی سیاره‌ی شورشیا می‌روند. لوک در کنار نیروهای مبارز تعلیم می‌بیند. لوک و لیا هر دو می‌خواهند برای شورشیان بجنگند. هن سولو می‌خواهد جایزه‌اش را بگیرد و قرض خود را به جابای‌ها تپیرد. مشکل این است که این داستان یا باید تا بد ادامه پیدا کند یا گروه قهرمانان باید از هم بپاشند. چه چیزی به این داستان پایان می‌بخشد؟ آن هم یک پایان خوب!

رسیدن به پایان: گذر از فاجعه‌ی سوم

داستان شما به دلیلی نیاز دارد که به خاطر آن به سوی پایان پیش برود. این دلیل معمولاً توسط یک فاجعه‌ی مهم تازه فراهم می‌شود: سومین و بدترین فاجعه. این فاجعه هم مانند ولین فاجعه به یک تصمیم‌گیری منجر می‌شود. اما این بار تصمیم‌گیری به‌طور مشترک توسط قهرمان و تبهکار انجام می‌گیرد. این تصمیم هر دو طرف است که برای بار آخر با هم روبه‌رو شوند و این رویارویی در پایان پرده‌ی دوم اتفاق می‌افتد.

لطفاً توجه کنید که فاجعه/تصمیم سوم، خود نمی‌تواند رویارویی نهایی باشد. تصمیم به رویارویی نهایی منجر می‌شود و در پرده‌ی سوم به نمایش درمی‌آید. همه‌ی اتفاقات بعد از فاجعه/تصمیم سوم هم بخشی از پایان داستان هستند.



در جنگ ستارگان، فاجعه‌ی سوم زمانی رخ می‌دهد که شورشیان می‌فهمند که مختصات‌شان توسط ستاره‌ی مرگ کشف شده است و او به سرعت به پایگاه آن‌ها نزدیک می‌شود. اگر ستاره‌ی مرگ به پایگاه شورشیان برسد، سیاره‌ی آن‌ها را - که تا کنون پایگاه مخفی عملیات شورشی بوده است - منهدم خواهد کرد. هم‌پیمانان شورشی اکنون باید تصمیم مهمی بگیرند. آیا آن‌ها باید جان خود را بردارند و فرار کنند و در هزاران مسیر متفرق شوند؟ یا اینکه بمانند و با استفاده از داده‌های حافظه‌ی آر-۲ دی ۲ به نبرد با ستاره‌ی مرگ بپردازند؟

آن‌ها تصمیم می‌گیرند بمانند و بچنگند. این همان تصمیمی است که جرقه‌ی پایان داستان را می‌زند. دقت داشته باشید که این تصمیم بازگشت‌ناپذیر است. اگر شورشیان موفق شوند، دیگر هرگز مجبور نخواهند شد بار دیگر با ستاره‌ی مرگ روبرو شوند. اگر شکست بخورند، تعداد بازمانده‌هایشان برای شکست دادن امپراتور کافی نخواهد بود. بنابراین آن‌ها باید پیروز شوند؛ اما ستاره‌ی مرگ هم باید پیروز شود.

لارم نیست فاجعه‌ی سوم شما حتماً وقوع یک مصیبت باشد. این فاجعه می‌تواند تهدید یا احتمال وقوع مصیبت باشد. موضوع مهم در اینجا آغاز نمایش پایانی است. ساختار داستانی چنین هدفی را برای فاجعه‌ی سوم تعریف کرده است. ممکن است بگویید که نزدیک شدن ستاره‌ی مرگ خیلی هم فاجعه‌بار به نظر نمی‌رسد، چون هنوز اتفاق خاصی نیفتاده است. اما قطعاً احساس متفاوتی داشتید اگر روی سیاره‌ی شورشیان ایستاده بودید و به چشم می‌دیدید که ستاره‌ی مرگ هر لحظه نزدیک‌تر می‌شود و ظرف چند ساعت همه‌ی شما را می‌کشد، نهضت را از هم می‌پاشاند و کهکشان را در دستان امپراتور شرو به حال زار خود رها می‌کند.



جمع‌بندی: چرا یک پایان خوب است و دیگری بد؟

پایان داستان (پرده‌ی ۳) حالا از تصمیمی مبنی بر رویارویی نهایی حاصل می‌شود (قسمت قبل را ببینید). البته این کار به مقدمه‌چینی احتیاج دارد و هر دو جبهه باید خود را برای رویرویی پایانی آماده کند. هر دو طرف می‌دانند که مرر بین شکست و پیروزی از موهم باریک‌تر است. نبرد ممکن است به نفع هر کدام از طرفین تمام شود، اما هیچ‌یک از آن‌ها عقب نخواهد نشست.

پایان باید پاسخگوی سؤال داستانی مبنی بر موفقیت یا عدم موفقیت شخصیت اصلی در نیل به هدف‌اش باشد. (در فصل‌های ۶ و ۷ درباره‌ی سؤالات داستانی بیشتر توضیح داده‌ایم.) سؤال داستانی باید بی‌طرف، ساده، مهم، قابل دسترسی و دشوار باشد. شما به عنوان گوینده‌ی داستان از سه گزینه برخوردارید:



✓ پایان خوش: جواب سؤال داستانی از این قرار است: "بله، هورا!"

✓ پایان غمگین: جواب سؤال داستانی از این قرار است: "نه، آخ..."

✓ پایان تلخ و شیرین: جواب سؤال داستانی چنین است: "بله، اما..." یا "نه، ولی..."

مادامی که پاسخ سؤال داستانی در راستای ارزش‌های شخصیت اصلی باشد و در طول داستانی که تعریف کردید امکان وقوع داشته باشد، هر کدام از جواب‌های بالا می‌تواند مناسب باشد.



اگر یکی از کارهای زیر را انجام دهید، پایان داستان‌تان صحیح نخواهد بود:

- ✓ نتوانید به هیچ نحوی به سؤال داستانی پاسخ دهید.
- ✓ سؤال داستانی را به شکلی جواب دهید که با ارزش‌های شخصیت جور در نیاید.
- ✓ سؤال داستانی را صوری جواب دهید که قوانین دنیای داستانی‌تان زیر پا گذاشته شود. به این حالت می‌گویند امداد غیبی که اشاره به یکی از رسوم اعصاب خردکن یونانی‌ها دارد. در گذشته، یونانی‌ها در پایان بعضی از تئاترها، برای حل پیچیدگی‌های داستان، به وسیله‌ی ساز و کاری مکانیکی، خدا یا الهه‌ای را از بالای صحنه آویزان می‌کردند و پایین می‌فرستادند تا پایان داستان را رقم برند. ارسطو از اوریپید، به خاطر نجات دادن مده‌آ به همین روش، انتقاد کرد.

در جنگ ستارگان سؤال داستانی این است: "آیا لوک و دوستانش موفق می‌شوند با نابود کردن ستاره‌ی مرگ، امپراتوری را سرنگون سازند؟" و این سؤال از اواخر پرده‌ی ۱ آشکار شده بود.

شورشیان کورسوی امیدی به پیروزی دارند. آن‌ها باید یک اژدر اتمی را با دقت زیاد به سوی دریچه‌ی کوچکی که در قسمت بیرونی ستاره‌ی مرگ قرار دارد شلیک کنند. اما برای رسیدن به آن دریچه باید از مسیری عبور کنند که در آن خندق به شدت مسلحی وجود دارد. پیش از رسیدن به خندق هم، شورشیان باید با گله‌ای از جنگنده‌های دو موتوره مبارزه کنند. مهارت‌های خلبانی هن سولو او را به فردی ایده‌آل برای این مأموریت تبدیل می‌کند اما او برای پرداخت دین‌اش به جابای هات محل را ترک کرده است. سفینه‌ی دشمن با تمام قوا در برابر شورشیان قد برافراشته، اما آن‌ها لوک را دارند و لوک هم نیروهای مبارز را.

پیکار آغاز می‌شود و بسیاری از شورشیان جان می‌دهند. بالاخره لوک با آخرین اژدر اتمی باقی‌مانده در خندق تنها می‌شود. اگر او بتواند اژدر را شلیک کند، ممکن است موفق شود ستاره‌ی مرگ را از بین ببرد. اما دارت ویدر، سوار بر یکی از جنگنده‌های دو موتوره در تعقیب اوست و دارد به او نزدیک می‌شود. بدیهی است که اول ویدر شلیک خواهد کرد. تعقیب و گریز دارت ویدر و لوک همان رویارویی پایانی داستان است.

ناگهان انفجاری رخ می‌دهد. هن سولو، که بالاخره خودش را به صحنه‌ی کارزار رسانده، بال جنگنده‌ی دارت ویدر را هدف قرار داده است. ویدر در هوا چرخ می‌خورد و از مسیر خارج می‌شود. لوک اژدر را شلیک می‌کند. اژدر به دریچه وارد می‌شود و به اعماق ستاره‌ی مرگ راه پیدا می‌کند. انفجار پرنوری تمام کهکشان را روشن می‌کند. این انفجار نقطه‌ی اوج داستان است.

ما هن سولو چرا برگشت؟ آیا او همان امداد غیبی است؟ نخیر، به هیچ عنوان. هن سولو در وهله‌ی اول محل را ترک کرد، زیرا این کار با توجه به ارزش‌هایش برای او منطقی بود. (در فصل ۷ درباره‌ی ارزش‌ها و اهمیت وجود تناقض بین ارزش‌های شخصیت اصلی توضیح داده شده است.)

هن سولو در زندگی دو چیز را ارزش می‌داند: رندگی‌اش و آوازه‌اش. در طول فیلم بارها می‌بینیم که سولو کارهایی می‌کند تا خودش و دیگران را بجات دهد و به این ترتیب آشکارا نشان می‌دهد که می‌خواهد زنده بماند. اما در عین حال می‌بینیم که هر دفعه که لوک یا شهبانو لیا مسخره‌اش می‌کنند، او از کوره در می‌رود. هن سولو خود را یک گاوچران دلیر و ماجراجو می‌داند که از هیچ چیز باکی ندارد و می‌تواند با خونسردی و بیش باز، یک شکارچی جایزه‌بگیر را در کافه‌ای با تیر بزند.

هن تصمیم می‌گیرد در نبرد نهایی شرکت نکند تا بتواند قرض خود را به جابای هات، که برای سر او جایزه تعیین کرده است، پس بدهد. این منطقی است، زیرا سولو به رندگی‌اش ارزش می‌دهد. اما پیش از اینکه سولو محل را ترک کند، لوک به او انگ بزدلی می‌زند. این حرف بیش از آنچه سولو در ظاهر نشان می‌دهد، او را ناراحت می‌کند. سولو سیاره را ترک می‌کند اما نمی‌تواند این افترا را از ذهنش پاک کند. آیا او بزدل است؟ نه، او ز هیچ چیز نمی‌هراسد. هن در نهایت تصمیم می‌گیرد؛ حاضر است جان‌ش را به خطر اندازد اما بزدل خوانده نشود. پس باز می‌گردد، لوک را از چنگ ویدر بجات می‌دهد و شکست ستاره‌ی مرگ را ممکن می‌سازد. در نهایت پیروزی یکی از رزش‌های هن سولو بر دیگری است که پایان جنگ ستارگان را رقم می‌زند.

خلاصه کردن ساختار سه پرده‌ای برای علاقه‌مندان

وقتی داستان خود را به یک نماینده‌ی ادبی یا ویراسر می‌فروشید، توصیه می‌کنیم که ساختار سه پرده‌ای‌تان را در قالب یک پاراگراف پنج جمله‌ای و به شکل زیر عرضه کنید:

۱. جمله‌ی اول با معرفی شخصیت‌های اصلی و دنیای داستانی، مقدمات داستان شما را آماده می‌کند.



۲. جمله‌ی دوم ابتدای داستان را خلاصه و اولین فاجعه را ذکر می‌کند که وقوع آن به تصمیمی منجر شده است که سؤال داستانی را مطرح می‌کند.
۳. جمله‌ی سوم بخش اول میانه‌ی داستان را خلاصه می‌کند و به فاجعه‌ی دوم ختم می‌شود.

۴. جمله‌ی چهارم بخش دوم میانه‌ی داستان را خلاصه می‌کند و به فاجعه‌ی سوم ختم می‌شود که در پی آن تصمیمی مبنی بر رویارویی نهایی گرفته می‌شود.

۵. جمله‌ی پنجم پایان داستان را (که شامل رویارویی نهایی است) توضیح می‌دهد و هر نوع جمع‌بندی‌ای را نیز که از نظر شما لازم است، عنوان می‌کند.

در این قسمت چند بند را که در آن‌ها ساختار سه‌پرده‌ای خلاصه شده است، به عنوان نمونه ذکر می‌کنیم و به شما کمک می‌کنیم که خلاصه‌ی خودتان را هم بنویسید.

چند مثال: خلاصه کردن حلقه‌ی ماتاریس و غرور و تعصب

پیش از اینکه ساختار سه‌پرده‌ای رمان خود را بنویسید، به چند نمونه توجه کنید. ما می‌توانیم ساختار سه‌پرده‌ای رمان کلاسیک جاسوسی حلقه‌ی ماتاریس، نوشته‌ی رابرت لُدلُم، را در یک بند خلاصه کنیم؛ سه فاجعه به صورت مورب نوشته شده‌اند:

برندن اسکوفیلد یک مأمور محفی آمریکایی مُسن است که به بهانه‌ای احمقانه و بدون هیچ توضیحی، از خدمت کنار گذاشته شده است. او پس از اینکه از یک ترور جان سالم به در می‌برد، درمی‌یابد که دولت کشورش می‌خواهد او را به قتل برساند و تنها امید او دست‌به‌یکی کردن با واسیلی تالنیه‌کف، یک مأمور سابق کا.گ.ب است که در گذشته همسر اسکوفیلد را به قتل رساند. اسکوفیلد و تالنیه‌کف، که ارتباطشان با هم خالی از درگیری هم نیست، از یک توطئه‌ی مخفیانه‌ی بین‌المللی پرده برمی‌دارند که توسط میلیاردرهای سرمایه‌دار رهبری می‌شود. اما اوضاع با کشته شدن یکی از این میلیاردرها توسط ممیزش وخیم می‌شود. اسکوفیلد، پس از پیگیری سرنخ‌ها در روسیه، آلمان و انگلستان، باید تصمیم دشواری بگیرد، چرا که نامزد او تونی و همکارش تالنیه‌کف، توسط تبهکاران گروگان گرفته شده‌اند، آن‌ها از اسکوفیلد می‌خواهند که در بوستون خودش را تسلیم کند. اسکوفیلد به بوستون می‌رود، پرده از یک راز بزرگ دیگر برمی‌درد و بعد بدون اسلحه وارد محدوده‌ی تبهکاران می‌شود تا خود را "تسلیم" کند.

به جرئت می‌توان گفت که حلقه‌ی ماتاریس بهترین کتاب تک‌جلدی رابرت لُدلُم است (همچنین لُدلُم یک مجموعه‌ی سه‌جلدی درباره‌ی شخصیتی به نام جیسن بورن تألیف کرده که اساس به خاطر آن شناخته می‌شود). حلقه‌ی ماتاریس یک کتاب پی‌رنگ‌محور و پیچیده است و به همین دلیل، بندی که در آن ساختار سه‌پرده‌ای این رمان خلاصه شده نیز الراما پیچیده است. در پایان بند بالا هم بدون اینکه داستان را کاملاً لو بدهیم به پایان داستان اشاره کرده‌ایم. حالا سه فاجعه‌ی داستان را تحلیل می‌کنیم:

✓ اسکوفیلد درمی‌یابد که دولت کشورش قصد جان او را کرده است و اینکه او باید با دشمن بزرگش، تالنیه‌کف همدست شود تا نجات پیدا کند. این فاجعه اسکوفیلد را وادار می‌کند تصمیم دردناکی مبنی بر همدست شدن با تالنیه‌کف بگیرد.

✓ یکی از میلیاردرهای تبهکار توسط ممیزش کشته می‌شود. این اتفاق سبب افزایش تنش‌ها می‌شود. وقتی درمی‌یابید که دشمن قدری که از او واهمه داشتید، در چنگال فرد قدرتمندتری، پشه‌ای بیش نیست، به عمق واقعی ماجرا پی می‌برید.

✓ تونی، نامزد اسکوفیلد و همکاری‌اش تالیه کف گروگان گرفته می‌شوند. این فاجعه‌ی سوم، اسکوفیلد را ناگزیر از گرفتن تصمیمی وحشتناک می‌کند؛ او موافقت می‌کند که با حلقه‌ی مرموز توطئه‌چیان رویارویی نهایی داشته باشد.

حالا بیایید ساختار سه پرده‌ای یک رمان پیچیده‌ی شخصیت‌محور را در نظر بگیریم: غرور و تعصب، نوشته‌ی جین آستن، که شخصیت‌های متعدد و چندین حریف داستانی دارد. این خلاصه‌ی یک‌بندی ما از ساختار سه پرده‌ای این داستان است که اساساً بر جریان اصلی داستان - یعنی رابطه‌ی عاطفی لیزی بنت و آقای دارسی - تمرکز یافته است:

وقتی لیزی بنت و خواهرانش در یک جشن با آقایان متمول آشنا می‌شوند، لیزی از یکی از آنها، یعنی آقای دارسی، خیلی بدش می‌آید. جین، خواهر لیزی، عشق دوست آقای دارسی، یعنی آقای بینگلی می‌شود و لیزی هم از آقای ویک‌هام خوش‌اش می‌آید (لیزی بعداً می‌فهمد که ویک‌هام از نظر مالی توسط آقای دارسی نابود شده است). چند ماه بعد وقتی لیزی در هانسفورد به ملاقات دوست متأهلش می‌رود، آقای دارسی دنبال او می‌رود و از او خواستگاری می‌کند اما لیری آب پاکی را روی داستان دارسی می‌ریزد. لیری خیلی زود می‌فهمد که آقای دارسی آن قدرها هم که او فکر می‌کرده آدم بدی نیست و کم‌کم از رد پیشنهاد ازدواج او پشیمان می‌شود. در این اثنا، لیدیا فرار می‌کند تا زندگی نامشروعی را با آقای ویک‌هام آغاز کند. وقتی لیزی می‌فهمد که آقای دارسی اجازه نداده ابروی خواهرش برود و وقتی می‌فهمد که دیگر از او نفرت ندارد، این دو متوجه می‌شوند که برای هم ساخته شده‌اند.

توجه کنید که این بررسی، لیزی را به عنوان شخصیت اصلی در نظر گرفته است، اما سه فاجعه از دریچه‌ی چشم آقای دارسی دیده شده‌اند. فاجعه‌ها از این قرارند:

✓ ویک‌هام به لیزی می‌گوید که دارسی او را، از نظر مالی، به خاک سیاه نشانده است. این دروغ سبب می‌شود لیزی برخورد سردتری با دارسی داشته باشد. اما دارسی آدمی است که وقتی تصمیمی بگیرد، تا عملی شدن آن از پای نمی‌نشیند. او همچنان به دنبال لیزی است و برایش مهم نیست تلاش‌هایش چقدر مایوس‌کننده‌اند.

✓ دارسی خواستگاری از لیزی را خراب می‌کند و طوری به لیزی بی‌احترامی

می‌کند که او با رد پیشنهاد ازدواج، تمام پل‌های پشت سرش را هم خراب می‌کند. حالا دارسی می‌داند که دیگر هیچ شانس ندارد، اما همچنان در کمال ناامیدی عاشق لیزی می‌ماند.

✓ ویک‌هام با لیدیا، خواهر لیزی، فرار می‌کند و امیدهای ازدواج را برای هر پنج خواهر به باد می‌دهد. این موضوع دارسی را عذاب می‌دهد، زیرا می‌داند که اگر او درباره‌ی شخصیت شیطنانی ویک‌هام به دیگران هشدار داده بود، ویک‌هام موفق نمی‌شد لیدیا را اغوا کند. او تصمیم می‌گیرد لیدیا را نجات دهد و این تصمیم پایان خوشی را با لیزی برایش رقم می‌زند.

توصیف ساختار سه‌پرده‌ای شما

تکرار می‌کنیم که شما می‌توانید، با توجه به الگوی نوشتاری خلاق خود (در فصل ۴ به‌دقت درباره‌ی این شیوه‌ها توضیح داده شده است)، ساختار سه‌پرده‌ای داستان‌تان را در هر زمانی که برایتان مناسب است بنویسید. اگر اکنون زمان خوبی برای نوشتن ساختار سه‌پرده‌ای‌تان است، مراحل زیر بایستی بتوانند به شما در نوشتن خلاصه‌ای یک بندی کمک کنند که به‌وسیله‌ی آن می‌توانید داستانی را که نوشته‌اید، برای نماینده یا ویراستار علاقه‌مند تشریح کنید:



۱. در اولین جمله‌ای که می‌نویسید یک یا چند شخصیت را معرفی و مقدمه‌ی کشمکش را هم فراهم کنید.

شخصیت اصلی را نام ببرید. اطلاعات ضروری را هم ارائه کنید. می‌توانید جزئیات کلیدی پیشینه‌ی شخصیت را هم در اینجا عنوان کنید.

۲. سه جمله بنویسید که هر کدام فاجعه‌ی مهمی را در داستان‌تان توصیف می‌کنند. سه فاجعه باید از دریچه‌ی نگاه یک شخصیت واحد باشند که معمولاً این شخصیت، همان شخصیت اصلی داستان است.

۳. جمله‌ی نهایی را طوری بنویسید که در آن نشان دهید قضا یا چطور حل و فصل می‌شوند.

اگر جزئیات راه‌حل را فاش نمی‌کنید، باید حداقل اشارات واضحی به نحوه‌ی پاسخ‌گویی به سؤال داستانی داشته باشید.

۴. جمله‌ای که در آن فاجعه‌ی اول را نوشته بودید، بازنویسی کنید و تصمیمی که هدف داستانی را مشخص می‌کند به آن بیفزایید.

۵. جمله‌ای که در آن فاجعه‌ی سوم را نوشته بودید، بازنویسی کنید و توضیح دهید که چرا این فاجعه به رویارویی نهایی منجر می‌شود.

۶. بند را به‌طور کامل تصحیح کنید تا جملات آن جریان روانی داشته باشند.
۷. این خلاصه‌ی تک‌بندی را در جای امنی بایگانی کنید و گهگاه به سراغش بروید تا اطمینان حاصل کنید نوشتار آن، همچنان داستانی را که در حال نوشتن آن هستید، توصیف می‌کند.

شما می‌توانید در صورت نیاز این بند را تغییر دهید. ایرادی ندارد اگر در حینی که می‌نویسید و شخصیت‌ها را بهتر درک می‌کنید و متوجه عامل اصلی‌ای که داستان را به پیش می‌برد می‌شوید، داستان را تغییر دهید و به آن تکامل ببخشید.

دانستنی‌های بیشتر برای ساختار داستانی پیشرفته‌تر

بیشتر درباره‌ی ساختار داستانی، دو فصل "Fiction Strategy" و "Beginning, Middle, End" را مطالعه کنید.

✓ *The Writer's Journey* نوشته‌ی Christopher Vogler (انتشارات Michael Wiese): این کتاب ساختار سه‌پرده‌ای رایج را در قالب "سفر قهرمان"، که ۱۲ مرحله دارد، بسط می‌دهد. نویسندگی این کتاب به فاجعه‌ی اول لقب گذراز آستانه می‌دهد و با توجه به داستان به یکی از دو فاجعه‌ی دوم و سوم عنوان امتحان می‌دهد.

در ادامه به چند کتاب محبوب‌مان در زمینه‌ی نحوه‌ی سر و کله زدن با ساختارهای داستانی اشاره می‌کنیم.

✓ *Plot and Structure* نوشته‌ی James Scott Bell (انتشارات Writer's Digest): این کتاب برای نویسندگانی تازه‌کار مناسب است. البته نویسندگانی تمام سطوح آن را مفید تلقی می‌کنند.

✓ *Techniques of the Selling Writer* نوشته‌ی Dwight Swain (انتشارات University of Oklahoma): به‌طور خاص پیشنهاد می‌کنیم برای اطلاعات

فصل ۹

خلاصه‌ی داستان، فهرست صحنه‌ها و صحنه: لایه‌های میانی پی‌رنگ

در این فصل

- ◀ تصمیم‌گیری درباره‌ی اینکه اول کدام لایه را بنویسید
- ◀ نوشتن یک خلاصه‌ی داستان دو صفحه‌ی
- ◀ نوشتن فهرست صحنه‌ها
- ◀ ساختاربندی صحنه‌ها

پی‌رنگ رمان‌های امروزی معمولاً شش لایه پیچیدگی دارند. در فصل ۸ ما درباره‌ی دو لایه‌ی فوقانی پی‌رنگ (خط داستانی و ساختار سه‌پرده‌ای) صحبت کردیم. در این فصل نگاهی خواهیم داشت به سه لایه‌ی میانی: خلاصه‌ی داستان، فهرست صحنه‌ها و صحنه. پایین‌ترین لایه‌ی پی‌رنگ را هم - کنش داستانی، گفت‌وگو و ... - در فصل ۱۰ بررسی خواهیم کرد.

پیش از بررسی دقیق لایه‌های میانی، ترتیبی را که دوست دارید ساختار داستان‌تان طبق آن پیش برود، در نظر بیاورید. قسمت بعدی به شما نشان می‌دهد که برای مشخص کردن ترتیب نوشتاری‌تان چه رویکردی را باید در پیش بگیرید.

انتخاب ترتیب انجام کارها

گاهی موفقیت به این بستگی دارد که کارها را با ترتیب درستی انجام دهیم. اگر اول جوراب پا کنید و بعد کفش بپوشید، روز بی‌دردسرتری نسبت به زمانی خواهید داشت که اول کفش پوشیده‌اید، بعد جوراب. اما گاهی هم ترتیب مهم نیست. اینکه جوراب پای چپ را اول بپوشید، یا پای راست را، در روزتان توفیری ایجاد نخواهد کرد. احتمالاً شما هر روز آن‌ها را به ترتیب ثابتی می‌پوشید، زیرا اینکه یکی از آن‌ها را اول بپوشید درست به نظر می‌رسد.

توسعه دادن ساختار داستانی یکی از کارهایی است که ترتیب انجام آن مهم نیست، اما ممکن است شما حالت خاصی را ترجیح دهید. در فصل ۴ درباره‌ی اهمیت استفاده از یک الگوی نوشتاری خلافاً به صحبت کردیم که در آن ترتیب فعالیت‌های مربوط به نوشتن داستان شما مشخص می‌شود. تنها چیزی که در این مقطع واقعاً مهم است این است که شما الگوی نوشتاری مناسب برای خودتان را برگزینید.

الگوی نوشتاری خلاق شما یا حالت صعودی خواهد داشت یا نزولی:

✓ **نزولی:** الگوی نزولی از بالاترین لایه‌ی پیچیدگی شروع می‌شود و کم‌کم به جزئیات می‌پردازد. الگوی دانه‌برفی یک الگوی نزولی است، زیرا نوشتن در آن از یک مفهوم کلی - یک خط داستانی - آغاز می‌شود و به ساختار سه‌پرده‌ای بسط پیدا می‌کند و همین‌طور در مسیر لایه‌های پایین‌تر و جزئیات بیشتر ادامه می‌یابد. الگوی طرح کلی هم حالت نزولی دارد.

اگر ترجیح می‌دهید از یک روش نزولی بهره ببرید، این فصل را به ترتیب طبیعی آن بخوانید: اول خلاصه نوشتن را یاد بگیرید، بعد به فهرست صحنه‌ها بپردازید و بعد سراغ اصل صحنه بروید.

وقتی برای خلق ساختار داستانی‌تان آماده شدید، اول خط داستانی را بنویسید و سپس - به کمک ایده‌های ارائه شده در فصل ۸ - ساختار سه‌پرده‌ای رمان خود را تعریف کنید. پس از انجام این دو کار، به کمک ایده‌هایی که در این فصل یاد می‌گیرید، خلاصه‌ی داستان و فهرست صحنه‌ها را هم بنویسید.

صعودی: الگوی صعودی از پایین‌ترین لایه‌ی پیچیدگی - که همان جملاتی‌اند که داستان را تشکیل می‌دهند - آغاز می‌شود و همه چیز را به تدریج در جهت لایه‌های بالایی می‌چیند. الگوی غریزی حالت صعودی دارد زیرا در این الگو شما اول داستان خود را می‌نویسید و بعد آن را تحلیل می‌کنید و در نهایت می‌فهمید که داستان درباره‌ی چیست. شیوه‌ی ویرایش همزمان هم از همین قاعده تبعیت می‌کند.

اگر ترجیح می‌دهید از روش صعودی استفاده کنید، قسمت‌های اصلی این فصل را از آخر به اول بخوانید. اول ببینید ساختار صحنه‌ها باید چگونه باشد، بعد فهرست صحنه‌ها را بنویسید و بعد خلاصه نوشتن را بیاموزید.

وقتی آماده‌گی خلق داستان خود را پیدا کردید، ابتدا پیش‌نویس داستان را بنویسید و بعد ساختار هر صحنه را تحلیل کنید تا مطمئن شوید که وزن مفهومی‌اش، به عنوان یک صحنه از داستان، کافی است. وقتی مطمئن شدید که همه‌ی صحنه‌های داستان‌تان ساختارمند هستند، فهرستی از آن‌ها تهیه کنید و چیدمان صحنه‌ها را طوری تغییر دهید که بهترین ترتیب ممکن را داشته باشند. سپس خلاصه‌ی داستانی را بر اساس فهرست صحنه‌ها بنویسید. اگر

خلاصه‌ی خوبی بنویسید، باید بتوانید آن را طوری به یک بند کاهش دهید که در آن ساختار سه‌پرده‌ای داستان‌تان (همان‌طور که در فصل ۸ گفتیم) آشکار شود. حالا باید این خلاصه‌ی تک‌بندی را به یک جمله کاهش دهید؛ این جمله حتماً داستانی شماست که پیش‌تر در فصل ۸ درباره‌اش صحبت کردیم.

نوشتن خلاصه‌ی داستان

تقریباً همیشه برای فروش یک رمان به خلاصه‌ای از آن نیاز داریم. خلاصه‌ی داستان، مطلبی حدوداً دو صفحه‌ای است که پی‌رنگ را توصیف می‌کند و یکی از بخش‌های ضروری فرایند فروش کتاب به حساب می‌آید. برای پیدا کردن نماینده‌ی ادبی یا برای فروختن رمان به یک ناشر، باید یک پیش‌طرح و یک طرح پیشنهادی بنویسید (درباره‌ی این دو مورد در فصل ۱۶ توضیحات کاملی داده شده است). در نهایت نماینده‌ی ادبی یا ناشر، از شما درخواست خلاصه‌ی داستان خواهد کرد. به همین دلیل است که باید حتماً - به‌عنوان یک رمان‌نویس - نوشتن خلاصه‌ی داستان را بلد باشید.

به‌نظر می‌رسد که نوشتن یک خلاصه‌ی داستان دو صفحه‌ای، دردناک‌ترین تجربه‌ای است که بسیاری از رمان‌نویس‌ها با آن مواجه می‌شوند. گاهی بهترین رمان‌نویس‌ها هم به خاطر اینکه نمی‌دانند در خلاصه‌ی داستان چه باید بنویسند احساس ستیصال می‌کنند. این تمام ماجرا نیست. بسیاری از ویراستارها هم معتقدند که خلاصه‌ی داستان چیز کسل‌کننده‌ای است. اکثر نویسندگان خلاصه نوشتن نفرت دارند و همیشه یا زیاد می‌نویسند یا کم. در این قسمت چند معیار ساده را به شما معرفی می‌کنیم که به کمک آن‌ها کارتان را به‌حوی درست و در زمانی کوتاه انجام خواهید داد.

هیچ راز پنهانی وجود ندارد. این‌ها اصول خلاصه نویسی هستند:

✓ از زبان سوم‌شخص بنویسید.

✓ در زمان حال بنویسید.

✓ تمام داستان را در دو صفحه‌ی یک خط درمیان خلاصه کنید (می‌شود حدود ۱۰۰۰ کلمه).

یک رمان معمولی حدود ۱۰۰ صحنه دارد. اگر بنا باشد همه‌ی صحنه‌ها را در یک خلاصه‌ی داستان ۱۰۰۰ کلمه‌ای گنجانید، باید هر صحنه را در ۱۰ کلمه خلاصه کنید و این کافی نیست. پس نویسنده چه باید بکند؟

هر بند از خلاصه‌ی داستان شما باید توالی‌ای از صحنه‌های مرتبط را خلاصه کند (نه یک صحنه‌ی واحد را). توالی ممکن است چیزی بین سه تا هفت صحنه داشته باشد.



خلاصه‌ی داستان این صحنه‌ها را کوچک می‌کند، فقط قسمت‌های ضروری آن‌ها را نگه‌می‌دارد و به‌طور خاص روی صحنه‌های مهم تمرکز می‌کند و در این مسیر از صحنه‌های جانبی چشم می‌پوشد.

شما برای خلق خلاصه‌ی داستان، دو راه ساده پیش رو دارید که بستگی به نزولی یا صعودی بودن روش کارتان دارد: یا کار را با ساختار سه‌پرده‌ای آغاز می‌کنید و به آن شاخ و برگ می‌دهید یا با فهرست صحنه‌ها شروع و آن را هرس می‌کنید.

از بالا به پایین: شاخ و برگ دادن به ساختار سه‌پرده‌ای

اگر نزولی می‌اندیشید، کار خود را با ساختار سه‌پرده‌ای آغاز کنید. (در فصل ۸ درباره‌ی ساختار سه‌پرده‌ای توضیحات کامل و جامعی ارائه شده است.) شما باید یک خلاصه‌ی تک‌بندی داشته باشید که ساختار سه‌پرده‌ای‌تان را توصیف کند. این بند دارای پنج جمله است. شما باید این جملات را به شکل زیر بسط دهید:

۱. جمله‌ی اول را (مقدمات وقوع ماجرای داستان) به یک الی دو بند بسط دهید و پیش‌زمینه‌ی داستان را در آن‌ها توضیح دهید.

۲. جمله‌ی دوم را (که به فاجعه‌ی دوم ختم می‌شود) به اندازه‌ی نیم صفحه بسط دهید.

در دو تا سه بند توضیح دهید که چطور قرار است به اولین فاجعه‌ی مهم و تصمیم منتج از آن، که سؤال داستانی‌تان را تعریف می‌کند، برسید.

۳. جمله‌ی سوم را (که به فاجعه‌ی دوم ختم می‌شود) به اندازه‌ی نیم صفحه‌ی دیگر بسط دهید.

در اینجا هم در قالب سه الی چهار بند نکات اصلی داستان را خلاصه کنید. نگران چشم‌پوشی از جزئیات یا برخی از جریان‌ات داستانی نباشید. بروید سر اصل مطلب.

۴. جمله‌ی چهارم را (که به فاجعه‌ی سوم ختم می‌شود) باز هم نیم صفحه بسط دهید.

در اینجا هم برای خلاصه کردن به سه الی چهار بند بسنده کنید. در چشم‌پوشی از جزئیات بی‌رحم باشید. ناشر نیاز ندارد به ماجراهای فرعی‌ای که شما خلق کرده‌اید اهمیتی بدهد؛ برای ناشر این مهم است که آیا داستان اصلی درست از کار در آمده یا خیر.

۵. جمله‌ی پنجم (پایان) را تا سه بند بسط دهید و در آن‌ها توضیح دهید که پایان داستان چطور فرا می‌رسد.



خلاصه‌ی داستان شما حقیقتاً به چیری بیش از این نیاز ندارد. نگذارید یکی دو صفحه تایپ ساده اعصاب‌تان را خراب کند. ممکن است خلاصه‌ی داستان‌تان به‌نظر کسل‌کننده باشد. می‌دانید چیست؟ اصلاً ویراستارها انتظار دارند که خلاصه‌ی داستان ملال‌آور باشد. خلاصه‌ی داستان شما شبیه به یک فهرست مطالب است: هدفش این است که نشان دهد شما به اندازه‌ی کافی مطلب دارید که بشود از آن‌ها یک کتاب ساخت. هیچ‌کس فهرست مطالب را محض سرگرمی نمی‌خواند و به همین صورت، هیچ‌کس خلاصه‌ی داستان را برای سرگرمی مطالعه نخواهد کرد.

از پایین به بالا: هرس کردن فهرست صحنه‌ها

اگر الگوی فکری شما حالت صعودی دارد، آنگاه می‌توانید برای نوشتن خلاصه‌ی داستان از فهرست صحنه‌ها استفاده کنید. فهرست صحنه‌های داستان شما (که کمی بعد در قسمت "تهیه‌ی فهرست صحنه‌ها" به آن خواهیم پرداخت) بسیار طولانی خواهد بود و به همین دلیل باید بی‌رحمانه آن را به شکل زیر هرس کنید:

۱. فهرست صحنه‌ها را در صفحه‌ای جدید از برنامه‌ی ورد وارد کنید.

به این ترتیب باید برای شروع کار حدود ۱۰۰ بند بسیار کوتاه داشته باشید. هدف شما این است که این‌ها را به ۱۵ تا ۲۰ بند بلندتر تبدیل کنید که در دو صفحه جا شده باشند.

۲. از بالا شروع کنید و چند صحنه‌ی اول را سرسری بخوانید و ببینید به‌نظر‌تان کدام‌یک از آن‌ها با هم مرتبط هستند.

سه تا هفت صحنه را انتخاب کنید. این صحنه‌ها یک توالی صحنه را تشکیل می‌دهند.

۳. در بالای توالی صحنه‌ها چند خط خالی اضافه کنید و بند جدیدی بنویسید که جوهره‌ی آن توالی صحنه‌ها را نشان دهد.

سعی کنید بندی که می‌نویسید پنج تا هشت خط داشته باشد. توالی اولیه را پاک کنید، زیرا حالا شما یک بند نوشته‌اید که تمام آن صحنه‌ها را به‌طور خلاصه در خود گنجانده است.

۴. مراحل ۲ و ۳ را آن‌قدر تکرار کنید تا تمام توالی صحنه‌های اولیه پاک شوند.

۵. خلاصه‌ی داستان را به‌طور کامل بخوانید و آن را در قالب متنی دو صفحه‌ای ویرایش کنید.

نظم داشته باشید. اگر لازم شد بی‌رحم باشید. اگر یک خلاصه‌ی داستان ۵۰ صفحه‌ای تحویل دهید، نماینده‌ی ادبی یا ناشر‌تان چندان از شما خوشش نخواهد آمد.

چقدر جزئیات لازم دارید؟

هر بند از خلاصه‌ی داستان شما توالی کاملی از صحنه‌های رمان شما را خلاصه می‌کند. خلاصه‌ای که نوشته‌اید، یک خلاصه‌ی کلی است و نمی‌تواند تمام جزئیات داستان را شامل شود. چنین خلاصه‌ای نمی‌تواند تمام گره‌های بی‌نظیر پی‌رنگ را نشان دهد. این خلاصه حتی ممکن است نتواند تمام شخصیت‌های داستان شما را معرفی کند.



خلاصه‌ی داستان شما باید روی سه تا چهار شخصیت مهم تمرکز کند. ایرادی ندارد که بعضی از شخصیت‌های کم‌اهمیت را به‌صورت گذرا نام ببرید، ما از مهم‌ترین جریان داستانی که به شخصیت اصلی مربوط است، منحرف نشوید. توضیح درون‌مایه‌ی داستان لازم نیست. (در فصل ۱۱ درباره‌ی درون‌مایه و نحوه‌ی پیدا کردن آن توضیح داده شده است.) اشکالی ندارد که موقع نوشتن خلاصه‌ی داستان، هنوز ندانید که درون‌مایه‌ی آن چیست.

به‌طور کلی: اگر خلاصه‌ی داستان بیش از دو صفحه‌ی تک‌فاصله‌ای (Single space) باشد، آنگاه باید بدانید که جزئیات زیادی در آن وجود دارد. در این صورت سعی کنید بعضی از مطالب را حذف کنید و این کار را تا جایی که فقط دو صفحه متن به جا مانده باشد ادامه دهید. این قانون کمک می‌کند بخش‌های حیاتی داستان خود را از بخش‌های پیش‌پا افتاده‌ی آن تشخیص دهید.

خلاصه‌ی داستان باید مستقل باشد. فرض کنید همه‌ی افرادی که خلاصه را می‌خوانند هیچ چیز درباره‌ی رمان شما نمی‌دانند. وقتی هر یک از شخصیت‌های تازه را معرفی می‌کنید، یک جمله یا عبارت درباره‌ی او بنویسید. لازم نیست زیاد توضیح دهید؛ به اندازه‌ای بنویسید که درک خلاصه‌ی داستانی ممکن شود.



مثال: خلاصه‌ی بازی اندر

باری اندر رمان علمی - تخیلی نوشته‌ی اورسن اسکات کارد است. این رمان برنده‌ی دو جایزه‌ی هوگو و نیولا شده است. (اگر قرار است در عمرتان فقط یک رمان علمی-تخیلی بخوانید، باید این کتاب را بخوانید. مایوس‌تان نخواهد کرد.)

دلیل انتخاب این رمان به‌عنوان مثال ما، سادگی نسبی تحلیل آن است. شخصیت اصلی رمان، اندرو "اندر" ویگین نام دارد و در غلب صحنه‌ها شخصیت مُشرف نیز هست. داستان به شکل خطی جلو می‌رود. در این رمان چهار ستون داستان‌نویسی، که در فصل ۲ معرفی شدند، بسیار قوی خلق شده‌اند: دنیای داستانی، شخصیت، پی‌رنگ و درون‌مایه.

اندر ویگین پسری است که برای شرکت در دوره‌ی آموزش نظامی بسیر دشواری در مدرسه‌ی مبارزه انتخاب شده است. زمین در انتظار حمله‌ی قریب‌الوقوع نژاد بیگانه‌ای از مورچه‌سانان است که به آن‌ها "باگر" می‌گویند. باگرها حدود ۸۰ سال پیش زمین را تقریباً نابود کردند. باگرها فناوری‌های پیشرفته‌تری در اختیار دارند و به همین دلیل احتمال شکست زمین توسط آن‌ها بالاست، مگر اینکه رهبر بزرگی به نجات زمینی‌ها بشتابد. آیا اندر همان رهبر است؟ اگر چنین است، آیا او می‌تواند دوره‌ی آموزشی را به‌موقع به پایان رساند تا مردمش را از نابودی نجات دهد؟ این سؤال داستانی بازی اندر است.

از آنجا که می‌خواهیم ماجرای داستان فاش نشود، تنها یک‌چهارم اول کتاب را (پرده‌ی ۱) را تحویل می‌گیریم. این خلاصه‌ای است که ما از یک‌چهارم اول نوشته‌ایم و شامل ۳۱ صحنه می‌شود:

حمله‌ی قریب‌الوقوعی از سوی بیگانگان زمین را تهدید می‌کند و رهبران نظامی سرتاسر این سیاره، به‌دنبال رهبر جوانی هستند که ذکاوت و جرئت لازم برای نجات نوع بشر را داشته باشد. پس از اینکه مسئولان نظامی به مدت سه سال اندر ویگین را تحت نظر گرفتند، زمان آن رسیده که دستگاه الکترونیکی مخصوص نظارت، از این پسر بچه‌ی ۶ ساله جدا شود. همه فکر می‌کنند که او برای شرکت در آموزش‌های نظامی قبول نشده است، اما افسران عالی‌رتبه آزمونی عملی را برای او تدارک دیده‌اند.

هنگامی که چند کودک قوی‌هیکل و زورگو، پس از تعطیل شدن مدرسه، اندر را محاصره می‌کنند تا او را کتک بزنند، اندر ابتدا می‌کوشد با گفت و گو از دردسر پرهیز کند، اما بعد مجبور می‌شود وحشیانه به سردسته‌ی آن‌ها حمله کند. برای حصول اطمینان از اینکه آن‌ها دوباره به سراغش نخواهند رفت، اندر پسری را که به زمین افتاده به‌شکلی بی‌رحمانه می‌درد تا این کارش هشدار برای بقیه‌ی آن‌ها باشد.

ارش، با امید به اینکه اندر همانی است که در جستجویش بوده‌اند، او را از خواباده‌اش جدا می‌کند و همراه چند پسر دیگر در پرناب بعدی به سفینه‌ای می‌فرستد که مدار زمین را دور می‌زند و به آن مدرسه‌ی مبارزه می‌گویند. افسر مسئول، سرهنگ گراف، با چنان آب و تاب از اندر تعریف می‌کند که پسرهای دیگر از او متنفر می‌شوند. اندر احساس ترس و تنهایی می‌کند، اما خیلی زود با یکی از افراد آنجا، به نام الی، دوست می‌شود و کمکش می‌کند به مقام ریاست گروه پرتاب برسد. اندر و الی خیلی زود موفق می‌شوند که یک گروه ناکارآمد را به تیمی توانمند تبدیل کنند.

پیش از اینکه اندر فرصتی برای استراحت داشته باشد، مربیان او را به ارتشی تمرینی ترفیع می‌دهند که پسرهای بزرگ‌تری عضو آن هستند. فرماندهی جدید اندر، بونزو مادرید، او را موحود سبک ورن و به‌دردنخوری تلقی می‌کند و به او دستور می‌دهد

در طول نبردهای تمرینی ارتش آموزشی، هیچ کاری نکند. در چند نبرد اول، اندر از دستورات بونزو اطاعت می‌کند. اما در نبرد سوم، اندر از دستور سرپیچی می‌کند، روی دشمن آتش می‌گشاید و شکستی حتمی را به نتیجه‌ی مساوی تبدیل می‌کند. بونزو که تحقیر شده است، کار اندر را با انتقال او به ارتشی دیگر و سپس ضرب و شتم او، تلافی می‌کند. اندر که تصمیم می‌گیرد دیگر هرگز قربانی وقوع نشود، برای یادگیری نبرد تن به تن ثبت نام می‌کند.

نوشتن فهرست صحنه‌ها

این فهرست به شما کمک می‌کند که آمار صحنه‌ها را داشته باشید. برای تهیه‌ی فهرست صحنه‌ها، ابتدا یک خلاصه‌ی کوتاه از هر صحنه بنویسید. مدیریت تمام این خلاصه‌های کوتاه کار دشواری است، اما در این قسمت، برای آسان تر شدن این فعالیت، دو شگرد رایج را به شما یاد می‌دهیم.

برعکس خلاصه‌ی داستانی (به قسمت قبل مراجعه کنید)، برای فروش کتاب به فهرست صحنه‌ها نیاز ندارید. اگر فهرست صحنه‌ها را بنویسید، به هیچ کس بر نخواهد خورد. پس اصلاً چرا باید چنین چیزی را بنویسید؟

صحنه یکی از واحدهای پایه‌ای سازنده‌ی داستان است. بنابراین نوشتن فهرست صحنه‌ها، ابزار قدرتمندی برای سازماندهی داستان - پیش از نگارش آن - و نیز ویرایش داستان - پس از نگارش آن - به دست می‌دهد. سر و کله زدن با کدام را ترجیح می‌دهید: ۱۰۰ خط خلاصه‌ی صحنه‌ها، یا ۴۰۰ صفحه متن؟



پیش از اینکه استفاده از کامپیوترها این چنین رواج پیدا کند، نویسندگان با نوشتن جمله‌ای به عنوان خلاصه‌ی هر صحنه، روی کارت‌های ۵×۳ فهرست صحنه‌ها را تهیه می‌کردند. به این ترتیب می‌توانستند داستان‌شان را به راحتی کف اتاق پذیرایی خانه پهن کنند و صحنه‌ها را آن قدر جابه‌جا کنند تا نقص‌های موجود در ترتیب و توالی آن‌ها برطرف شود. اما این کار همیشه هم مؤثر نبود. ممکن بود بچه‌ها در اتاق با هم گرگم به هوا بازی کنند یا جناب نویسنده بخواهد چیدمان جدید صحنه‌ها را با حفظ یک نسخه از ترتیب اولیه‌ی صحنه‌ها انجام دهد. در هر دو حالت، یک مُشت کارت ۵×۳ مایه‌ی دردسر بود.

پیشنهاد ما این است که کارت‌های ۵×۳ را با یک کامپیوتر عوض کنید. شما می‌توانید با استفاده از یک واژه‌پرداز (word processor) یا ویرایشگر متن (text editor)، تمام صحنه‌ها را شناسایی کنید، اما بهترین گزینه برای این کار، صفحه‌ی گسترده (spreadsheet) است. نرم‌افزارهای Microsoft Excel، Numbers (بخشی از بسته‌ی Apple iWork)؛



بسته‌ی نرم‌افزاری رایگان (OpenOffice (www.openoffice.org) که روی همه‌ی سیستم عامل‌ها کار می‌کند؛ یا صفحه‌ی گسترده‌ی گوگل (docs.google.com) - که در هر جا و زمانی می‌توان روی اینترنت به آن دسترسی پیدا کرد - را برای این منظور به کار ببرید. اگر تا به حال از صفحه‌ی گسترده استفاده نکرده‌اید، از یکی از دوستان‌تان که در این مورد اطلاعات زیادی دارد بخواهید شما را در ساختن فهرست‌های ساده راهنمایی کند. موارد ضروری را می‌توانید به راحتی در عرض چند دقیقه یاد بگیرید. خودتان می‌باید که صفحه‌ی گسترده، ابزاری فوق‌العاده برای مدیریت فهرست صحنه‌هاست.

برای گنجاندن جزئیات در فهرست صحنه‌ها دو راه ساده پیش روی شماست، که به رویکرد برولی یا صعودی کارتان بستگی دارد. شما یا باید با خلاصه‌ی داستانی شروع کنید و به آن شاخ و برگ بدهید و یا دست‌نوشته‌تان را بردارید و آن را خلاصه کنید.

رویکرد نزولی: شاخ و برگ دادن به خلاصه‌ی داستانی

اگر به روش نزولی می‌اندیشید، کار را از خلاصه‌ی داستانی، که حدود دو صفحه است، شروع کنید (کمی پیش‌تر در قسمت "نوشتن خلاصه‌ی داستان" توضیح داده شده است). به بنده‌ی خلاصه‌ی داستان نگاه کنید و از خود پرسید که چطور می‌توانید آن‌ها را به صحنه‌های تشکیل‌دهنده تجزیه کنید. هر صحنه باید در یک مکان و در زمانی خاص اتفاق بیفتد، شخصیت‌های معدودی داشته باشد و پی‌ریز را به پیش ببرد.

برای هر صحنه‌ای که مجسم می‌کنید، یک خط به صفحه‌ی گسترده (یا کارت ۵×۳) اضافه کنید و در آن، وقایع آن صحنه را به شکلی ابتدایی شرح دهید. لازم نیست جزئیات را ذکر کنید. این کار مفرح را به بعد موکول کنید. در این مقطع از کار فقط سعی کنید تکه‌های درشت وقایع را یادداشت کنید.

سعی کنید هر بند خلاصه‌ی داستانی را در قالب چند صحنه‌ی متمایز تجزیه کنید (سه تا پنج صحنه مناسب است). وقتی به پایان خلاصه‌ی داستانی برسید، فهرست کامل شده است. اگر از صفحه‌ی گسترده استفاده کرده‌اید، آن را به عنوان یک فایل ذخیره کنید.

به خودتان این آزادی را بدهید که چیدمان‌های متفاوتی از صحنه‌ها را در فهرست خود متحان کنید. ویرایش فهرست صحنه‌ها در صفحه‌ی گسترده کار آسانی است؛ می‌توانید سطرها را پاک کنید، سطرهای جدید اضافه کنید، آن‌ها را ویرایش یا جابه‌جا کنید. هر بار که تغییر مهمی در فهرست ایجاد می‌کنید، آن را به عنوان یک فایل جدید ذخیره کنید (این کار از کپی گرفتن از کارت‌های ۵×۳ آسان‌تر است).



رویکرد صعودی: خلاصه کردن دست‌نوشته

اگر به روش صعودی اندیشه می‌کنید، تهیه‌ی فهرست صحنه‌ها با استفاده از دست‌نوشته کار آسانی است. دست‌نوشته را بخوانید و هر صحنه را در یک خط از صفحه‌ی گسترده (یا کارت ۵×۳) خلاصه کنید. یادتان باشد که لازم نیست همه‌ی جزئیات را ثبت کنید. دست‌نوشته‌ی شما خودش همه‌ی جزئیات را دارد و نگران از دست دادن آن‌ها نیستید.

برای مرور دست‌نوشته، فرودن خلاصه‌ها در صفحه‌ی گسترده (یا کارت یادداشت ۵×۳)، به زمانی بیش از یکی دو ساعت نیاز ندارید. این ساعات شاید در تمام مدت زمانی که صرف نوشتن رمان‌تان کرده‌اید، ارزشمندترین و پربارترین ساعات باشند. کارتان که تمام شود، خلاصه‌ی موشکافانه‌ای از داستان‌تان به صورت کامل و یکجا پیش رویان است.

اگر یک صعودی‌اندیش دو آتشه هستید، احتمالاً برای سازمانده‌ی دوباره‌ی داستان خود باید زحمت زیادی بکشید (مخصوصاً اگر به شیوه‌ی غریبی کار می‌کنید). فهرست صحنه‌ها یک ابزار قدرتی است که در این کار به شما یاری می‌رساند. هر خط فهرست صحنه‌ها، نماینده‌ی صدها حمله از پیش‌نویس اولیه‌ی داستان‌تان است. بنابراین ویرایش فهرست صحنه‌ها از جابه‌جا کردن آن‌ها در یک نسخه‌ی دست‌نویس حجیم و شلوغ به مراتب آسان‌تر است. (در فصل ۱۳ درباره‌ی ویرایش ساختار پیشرفته‌ی داستان بیشتر صحبت می‌کنیم.)

مثال: فهرست صحنه‌های بازی اندِر

ما همچنان از بازی اندِر به عنوان نمونه استفاده می‌کنیم. کمی پیش‌تر، در قسمت "نوشتن خلاصه‌ی داستان"، یک خلاصه‌ی داستانی نمادین از یک چهارم ابتدای این رمان ارائه کردیم. در اینجا فهرست صحنه‌های مربوط به همان قسمت از کتاب را برایتان آورده‌ایم. این کار را با خواندن تک‌تک صحنه‌های موجود در فصول آغازین این کتاب و نوشتن یک الی سه جمله به ازای هر صحنه انجام داده‌ایم. توجه کنید که جزئیات فهرست صحنه‌ها به شکل قابل توجهی نسبت به خلاصه‌ی داستانی بیشتر است:

✓ دو افسر ارتش درباره‌ی اندِر و یگین با هم صحبت می‌کنند. به نظر او برای مدرسه‌ی مبارزه گزینه‌ی خوبی باشد، اما آیا او زیادی انعطاف‌پذیر است؟ دو افسر تصمیم می‌گیرند پیش از گرفتن تصمیم نهایی، اندِر را با چند دشمن محاصره کنند و ببینند او چگونه واکنش می‌دهد.

✓ پزشک دستگاه مراقبت از راه دور را از اندِر جدا می‌کند این فرایند بسیار مخربی است و اندِر را تا آستانه‌ی مرگ می‌برد.

✓ اندر به مدرسه‌ی معمولی‌اش بازمی‌گردد و پسرهای دیگر متوجه می‌شوند که دستگاه مراقبت را از بدن او جدا کرده‌اند. عده‌ای از بزن‌بها درها بعد از تعطیلی مدرسه به اندر حمله می‌کنند. او با حمله‌ی وحشیانه‌ای به سردسته‌ی آن‌ها از خود دفاع می‌کند.

✓ افسران مطمئن نیستند که اندر "دلیل مناسبی" برای کار وحشیانه‌اش داشته باشد. آن‌ها تصمیم می‌گیرند ببینند اندر چگونه از پس برادر بدجسش، پیتز، برمی‌آید. پیتز، اندر را مورد تمسخر قرار می‌دهد و او را به مرگ تهدید می‌کند. اما حواهرش ولتاین او را از این کار منصرف می‌کند.

✓ افسران فکر می‌کنند چگونه می‌توانند کاری کنند که اندر خانه را ترک کند. آن‌ها به این نتیجه می‌رسند که بهتر است و را فریب دهند (البته اگر لازم باشد، حقیقت را به او خواهند گفت).

✓ سرهنگ گراف به ملاقات اندر می‌رود، از او درباره‌ی انگیزه‌هایش برای حمله‌ی وحشیانه به بزن‌بها درها سؤال می‌کند و بعد پیشنهاد رفتن به مدرسه‌ی مبارزه را به او می‌دهد.

✓ اندر چندان تمایلی به پذیرفتن پیشنهاد سرهنگ ندارد، اما در نهایت به این نتیجه می‌رسد که گزینه‌های زیادی پیش رویش نیست و تصمیم می‌گیرد که با پرتاب بعدی به مدرسه‌ی مبارزه برود.

✓ افسران نگران‌اند که اندر نتواند خود را ب محیط و پسرهای دیگر وفق دهد و در اثر این مشکل، خلاقیت نظامی‌اش آسیب ببیند. بنابراین تصمیم می‌گیرند از نظر روانی بین او و دیگران فاصله بیندازند.

✓ در طول پرتاب، سرهنگ گراف آشکارا از اندر تعریف می‌کند و به این ترتیب یکی از پسر به نام برنارد، اندر را اذیت می‌کند. اندر از خود دفاع می‌کند و تصادفاً بازوی برنارد را می‌شکند.

✓ اندر به سرهنگ گراف می‌گوید که او برنارد را به آزارش تحریک کرده است. سرهنگ جواب اندر را با تندی می‌دهد و به این ترتیب اندر می‌فهمد که نمی‌تواند روی کمک او حساب کند.

✓ افسران نگران می‌شوند که مبادا اندر آسیب (روحي) ببیند. بنابراین تصمیم می‌گیرند به او اجازه دهند دوستی داشته باشد. اما او هرگز نباید تکیه‌گاهی پدر/مادر گونه داشته باشد.

✓ اندر در اتاقش مستقر می‌شود و با مدرسه‌ی مبارزه اخت می‌گیرد. اما دیگر پسرهای هم‌گروهی‌اش - پرتابی‌ها - همچنان از او نفرت دارند.

- ✓ اندر احساس ترس و تنهایی می‌کند. اما این مشکل را با خودش حل می‌کند و تصمیم می‌گیرد که قوی باشد و ترسش را آشکار نکند.
- ✓ اندر به اتاق بازی می‌رود، با یک پسر بزرگ‌تر از خودش یک بازی جنگی می‌کند و دو دست از سه دست بازی را می‌برد. پسرهای بزرگ‌تر به خاطر سن کم اندر به او پوزخند می‌زنند.
- ✓ اندر از کامپیوترش استفاده می‌کند تا شخصیت برنارد - پسر قلدر گروه پرتابی‌اش - را تخریب کند. او موفق می‌شود و چند دوست پیدا می‌کند. اما برنارد دیگر به دشمن رسمی‌اش تبدیل شده است.
- ✓ افسران احساس می‌کنند که اندر با ایجاد دو دستگی، فضای گروه پرتابی‌اش را مسموم می‌کند. آن‌ها تصمیم می‌گیرند کار خاصی نکنند تا اندر مجبور شود با تلاش‌های خودش هم‌گروهی‌هایش را به هم پیوند دهد.
- ✓ اندر با آلی - بهترین دوست برنارد - دوست می‌شود. آلی خیلی زود رئیس گروه پرتاب می‌شود و دیگر هیچ‌کس در گروه خارجی محسوب نمی‌شود.
- ✓ اندر یک بازی ویدئویی انجام می‌دهد و راهی بی‌نظیر برای شکست دادن غول شکست‌ناپذیر بازی پیدا می‌کند.
- ✓ افسران از نحوه‌ی پیدا کردن راه شکست غول توسط اندر شوکه شده‌اند. آن‌ها تصمیم می‌گیرند اجازه دهند اندر پیش از امتحان بعدی‌اش کمی استراحت کند.
- ✓ اندر قبول می‌کند که به آلی در ساختن یک سیستم امنیتی جدید کمک کند. اما خیلی زود می‌فهمد که او را به ارتشی دیگر "ترفع" داده‌اند (در سنی بسیار پایین‌تر از سن متداول برای ورود به چنین ارتشی).
- ✓ اندر به اتاق بازی می‌رود و به باری مشغول می‌شود تا اینکه کامپیوترش خاموش می‌شود و پیغامی روی صفحه به او دستور می‌دهد که خودش را به ارتش جدیدش، ارتش سالامندر، معرفی کند.
- ✓ اندر خود را برای خدمت به ارتش سالامندر معرفی می‌کند و فرمانده بونزو مادرید او را با قاطعیت رد می‌کند. پترا، تنها دختری که در این واحد ارتش خدمت می‌کند و توسط بقیه پذیرفته نشده، با اندر رفاقت می‌کند.
- ✓ اندر در سرویس بهداشتی با پسرهایی مواجه می‌شود که او را به خاطر رفتار ویژه‌اش در اتاق بازی می‌شناسند. اندر می‌فهمد که حداقل عده‌ی کمی از پسرها می‌دانند که او کیست و بنابراین دیگران هم خیلی زود او را خواهند شناخت.
- ✓ اندر توسط پترا کمی آموزش می‌بیند، اما بونزو اجازه نمی‌دهد او با بقیه‌ی گروه تمرین کند.

- ✓ **اِندِر** که در واحد خودش شریک تمرینی ندارد، به تمرین با پسرهای گروه پرتابی‌اش می‌پردازد. فرمانده بونزو به او دستور می‌دهد که از این کار خودداری کند.
- ✓ **اِندِر** بونزو را راضی می‌کند تا اجازه دهد او پرتابی‌ها را تعلیم دهد تا از این طریق اعتبار کافی برای انتقال به ارتشی دیگر را به‌دست آورد.
- ✓ **اِندِر** در اولین نبرد تمرینی شرکت می‌کند، در حالی که بونزو انجام هر کاری را اکیدا برای او ممنوع کرده است. ارتش او شکست می‌خورد و در پایان، او تنها سربازی است که کاملاً "از کار افتاده" نشده است. پس از نبرد، همه می‌فهمند که اگر **اِندِر** از دستور سرپیچی کرده بود و بر دشمن آتش گشوده بود، نبرد می‌توانست با نتیجه‌ی مساوی تمام شود.
- ✓ **اِندِر** در یک نبرد تمرینی دیگر شرکت می‌کند. تیم او در آستانه‌ی شکست است و به این ترتیب او از دستور سرپیچی می‌کند و به چند نفر از دشمنان شلیک می‌کند. این کار او، شکست حتمی را به تساوی تبدیل می‌کند. اما فرمانده بونزو از دست **اِندِر** عصبانی می‌شود.
- ✓ بونزو **اِندِر** را به ارتش رت منتقل می‌کند و به خاطر سرپیچی از دستور او را مورد ضرب و شتم قرار می‌دهد.
- ✓ **اِندِر** که دیگر نمی‌خواهد کتک بخورد، برای درس نبرد تن‌به‌تن و دفاع شخصی ثبت‌نام می‌کند.

گسترش فهرست صحنه‌ها

اگر برای مدیریت فهرست صحنه‌ها از یک صفحه‌ی گسترده استفاده کنید، متوجه می‌شوید که می‌توانید این فهرست را به چند نحو گسترش دهید. می‌توانید برای ردگیری شخصیت مُشرف در هر صحنه، یک ستون جدید باز کنید (در فصل ۷ درباره‌ی شخصیت مُشرف توضیح داده شده است). می‌توانید ستونی اضافه کنید و در آن تاریخ و محل هر صحنه را یادداشت کنید (این مورد به خصوص برای زمان‌بندی‌های پیچیده و درهم مفید است). می‌توانید در ستونی مجزا تعداد صفحات مربوط به هر صحنه را بنویسید. از آنجای که افزودن ستون‌های حامل اعداد در صفحه‌ی گسترده کار آسانی است، شما می‌توانید تعداد صفحات نهایی رمان خود را تخمین بزنید. همچنین صفحات گسترده به کدگذاری رنگی ستون‌ها و ردیف‌ها کمک می‌کنند. بنابراین اگر بخواهید هر شخصیت مُشرف رنگ خاص خود را داشته باشد، کارنان آسان خواهد بود.

اگر صحنه‌ها را در صفحه‌ی گسترده‌ی خود از نو بچینید، ستون‌های اضافه با هم قاطی نمی‌شوند، زیرا نرم‌افزار صفحه‌ی گسترده به شما اجازه می‌دهد ردیف‌ها را به‌عنوان واحدهای مستقل حابه‌ها کنید (بار هم می‌گوییم که می‌توانید از دوستان کار بلد خود در این زمینه کمک بگیرید).

بنا نهادن ساختار صحنه‌های مجزا

صحنه یک واحد پایه‌ای داستان است. بنابراین شما باید در هنر نوشتن صحنه‌ها به درجه‌ی استادی برسید. هر صحنه یک داستان کوچک است که آغاز، میانه و پایان خود را دارد. در پایان هر صحنه، حداقل یکی از شخصیت‌ها باید تغییر کرده باشد. در غیر این صورت، صحنه، باری را که باید، بر دوش نگرفته است. در داستان امروزی دو نوع صحنه‌ی متفاوت وجود دارد که هر یک از آن‌ها ساختار ساده‌ای دارد. در این قسمت، ما این دو ساختار را نشان‌تان می‌دهیم و توضیح می‌دهیم که چطور آن‌ها در کنار هم به عطای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده کمک می‌کنند.

صحنه در یک مکان واحد و در یک مقطع از زمان به وقوع می‌پیوندد. دارای آغاز، میانه و پایان است و هدف آن این است که با نشان دادن یک اتفاق - در حالی که بر شخصیتی به‌خصوص (همان شخصیت محوری) تمرکز دارد - یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده بدهد. شما می‌خواهید خواننده به لحاظ احساسی با آن شخصیت همذات‌پنداری کند.



در اکثر موارد، شخصیت محوری و شخصیت مُشرف یک نفر هستند. اگر از زوایای دید دانی کل یا جهنده استفاده کنید، در صحنه بیش از یک شخصیت مُشرف وجود خواهد داشت، اما همچنان شخصیت محوری در صحنه غالب است. اگر زاویه‌ی دیدتان سوم‌شخص بی‌طرف باشد، آنگاه اصلاً شخصیت مُشرف ندارید، اما در صحنه همچنان یک شخصیت محوری وجود دارد. (برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی زوایای دید، شخصیت‌های محوری و شخصیت‌های مُشرف، به فصل ۷ مراجعه کنید.)

جهان داستان‌نویسی، گوناگونی‌های بی‌حد و حصری دارد. هر اتفاقی در آن ممکن است. اما ساختار صحنه‌ها در اکثر رمان‌های امروزی به شکل خارق‌العاده‌ای ساده است. علت این موضوع هم کوتاهی صحنه‌هاست. شما می‌توانید صحنه‌ها را بر اساس آنچه در ابتدا، میانه و پایان آن‌ها رخ می‌دهد طبقه‌بندی کنید.

رمان امروزی معمولاً چندین صحنه دارد. بسیاری از رمان‌ها بیش از صد صحنه دارند. هر صحنه از نظر طولی، گستره‌ای بین چند بند تا چندین صفحه یا بیشتر را به خود اختصاص می‌دهد.



همان‌طور که در آغاز این قسمت اشاره کردیم، در داستان امروزی فقط دو نوع صحنه وجود دارد:

✓ **صحنه‌ی کنشی:** این نوع صحنه حاوی یک هدف، یک کشمکش و یک پس‌رفت است.

✓ **صحنه‌ی واکنشی:** این نوع صحنه شامل یک واکنش، یک دوراهی و یک تصمیم است.

در قسمت‌های بعدی به هر یک از این دو نوع صحنه نگاه دقیقی خواهیم انداخت.

چیدن صحنه‌ی کنشی

این نوع صحنه - که رایج‌ترین نوع آن است - توالی بسیار دقیقی دارد. انتخاب عنوان کنشی برای این صحنه، به این دلیل است که نمی‌شود به آن لقب صحنه‌ی هدف-کش‌مکش-پس‌رفت‌محور را داد. احتمالاً در رمان شما، بیشتر صحنه‌ها کنشی خواهند بود. یک صحنه‌ی کنشی معمولی چنین شکلی دارد:

۱. هدف: در آغاز صحنه، شخصیت مُشرف هدفی دارد که امیدوار است تا پایان صحنه به آن دست یابد.

۲. کش‌مکش: در میانه‌ی صحنه، شخصیت مُشرف مکرراً تلاش می‌کند به هدفش دست پیدا کند، اما در امتداد صحنه موانع، یکی پس از دیگری، پیش پایش قرار می‌گیرند.

۳. پس‌رفت: در پایان صحنه، شخصیت مُشرف دچار پس‌رفت مفتضحی می‌شود. معمولاً در این حالت، شخصیت از رسیدن به هدف باز می‌ماند و به وضعی بدتر از وضع پیشین خود دچار می‌شود. گاهی هم شخصیت به آنچه می‌خواسته می‌رسد، اما اتفاقی ناگوار، پیروزی کوچک او را خنثی می‌کند.

به خلاصه‌ای از یک صحنه‌ی کنشی دقت کنید:

تا اینجا همایش ادبی برایتان به قیمت ۴۰۰ دلار پول، یک پروار شش ساعته و عذرخواهی‌های متعدد بابت از دست دادن بازی فوتبال پسران تمام شده است. اما ارزشش را دارد. شما موفق شده‌اید با یک نماینده‌ی ادبی ملاقاتی ترتیب دهید و مطمئن هستید که او همان کسی است که بناست شما را از آخرین مانع عبور دهد و به فرایند نشر نزدیک‌تان کند.

بای میز مذاکره می‌نشینید و آماده هستید که با خوش و بش‌هایی از قبیل "چقدر هوا خوبه" مکالمه را آغاز کنید. از همان اول کار، نماینده‌ی ادبی با انتقادهای شدید از داستان، پی‌رنگ، شخصیت‌ها و جنبه‌های هستی‌شناسی سفر زمان، آتش به جان‌تان می‌افکند. شما گیج می‌شوید و همین‌طور که نگاه نماینده‌ی ادبی سردتر می‌شود، لکنت زبان شما هم افزایش پیدا می‌کند. وقتی که دیگر به مرحله‌ی هذیان‌آلودی از من و من کردن رسیده‌اید، نماینده از شما می‌خواهد فصلی را که همراه آورده‌اید برای مطالعه به او بدهید. همین‌طور که انگشتش به تندی به سمت پایین صفحه می‌لغزد، احم می‌کند و می‌گوید: "متأسفم، این صحنه اصلاً ساختار ندارد. اگر بمیرم هم حاضر نیستم چنین پروژه‌ای را پیگیری کنم."

در اینجا هدف این است که توجه نماینده را به رمان خود جلب کنید. کشمکش زمانی ایجاد می‌شود که او مجموعه‌ای از سؤالات سخت را از شما می‌پرسد؛ و پس‌رفت زمانی رخ می‌دهد که او کار شما را رد می‌کند و به شما به دیده‌ی تحقیر می‌نگرد.

هدف صحنه‌ی شما چیست؟

شما باید سعی کنید دو چیز را در ابتدای هر صحنه‌ی کنشی پی‌ریزی کنید:

✓ شخصیت مُشرف اصلی کیست؟

✓ هدف او در این صحنه چیست؟

هدف صحنه‌های کنشی باید چنین باشد:

✓ ساده: از آنجا که صحنه عنصر ساده‌ای است، هدف آن هم باید ساده باشد؛ صحنه بخش کوچکی از داستان است.

✓ ملموس: هدف باید ملموس باشد تا خواننده به راحتی بتواند موفقیت را مجسم کند.

✓ ارزشمند: اگر هدف بی‌ارزش بود که این همه وقت برایش هدر نمی‌دادید!

✓ قابل دسترسی: اگر هدف در قالب صحنه قابل دسترسی نباشد، تنش آن صحنه از بین خواهد رفت.

✓ دشوار: یک هدف حاشیه‌ای و آسان، خواننده را نصفه شب در حال ورق زدن صفحات کتاب شما بیدار نگه نمی‌دارد.



رمز کار کشمکش است

بیشترین قسمت صحنه‌ی شما باید به کشمکش اختصاص داده شود. توصیه‌ی ما این است که صحنه‌های کنشی حدود ۸۰ تا ۹۰ درصد از کشمکش تشکیل شوند. بله، این درصد بالایی است. اگر هدف صحنه را زود تعیین کنید، آنگاه می‌توانید تقریباً تمام صحنه را به سنگ اندازی جلوی پای شخصیت مُشرف سپری کنید. شخصیت شما جا خالی خواهد داد و تلاش خواهد کرد که به هدفش برسد. اجازه ندهید او زود تسلیم شود. بگذارید عرق بریزد، هرچه بیشتر او را بدوانید، خواننده از نظر احساسی بیشتر درگیرش می‌شود. شما می‌توانید و باید نسبت به شخصیت مُشرف سنگدل باشید؛ خواننده‌ها به خاطر همین صفت دوست‌تان خواهند داشت. در فصل ۱۰ توضیح می‌دهیم که چطور می‌توانید کشمکش‌ها را با جزئیاتی بی‌نظیر به نمایش درآورید.



رسیدن به بن‌بست

پیشنهاد ما این است که پس‌رفت یا شکست شخصیت مُشرف در صحنه‌های کنشی، هر چه دیرتر اتفاق بیفتد، بهتر است. حتی می‌شود آب سرد را درست در بند یا حتی واژه‌ی آخر، روی سر شخصیت مُشرف ریخت. در ادامه چند ایده درباره‌ی پس‌رفت شخصیت در صحنه‌ها در اختیارتان می‌گذاریم:

- ✓ پس‌رفت باید ملموس باشد. (مثلاً در مثال قبلی، نماینده می‌تواند بگوید “نه” و شما می‌توانید این “نه” را شنوید.)
- ✓ پس‌رفت باید حاصل پشتکار و اصرار شخصیت مُشرف در دست یافتن به هدفش باشد.
- ✓ پس‌رفت یا شکست باید شخصیت مُشرف را در وضعیتی بدتر از آنچه در ابتدای صحنه داشت، قرار دهد.
- ✓ شکست باید در صورت امکان، غیرمنتظره باشد و در عین‌حال در امتداد روند منطقی صحنه قرار بگیرد.

ادامه‌ی کار با صحنه‌ی واکنشی

صحنه‌ی واکنشی معمولاً بلافاصله پس از صحنه‌ی کنشی آغاز می‌شود و به شکل زیر است:

۱. واکنش: در آغاز صحنه‌ی واکنشی، شخصیت مُشرف هنوز از ضربه‌ی شکست صحنه‌ی پیشین گیج است.

شخصیت زمانی را صرف ابراز واکنش احساسی می‌کند و در نهایت بر احساساتش فائق می‌آید.

۲. دو راهی: در میانه‌ی صحنه‌ی واکنشی، شخصیت مُشرف باید بفهمد که قرار است چه کند.

اگر شکست صحنه‌ی قبلی به اندازه‌ی کافی سنگین بوده باشد، آنگاه او هیچ گزینه‌ی خوبی پیش رو ندارد، او بر سر دو راهی قرار دارد و باید خوب فکر کند تا بین بد و بدتر انتخاب کند.

۳. تصمیم: در نهایت، شخصیت مُشرف تصمیمی می‌گیرد.

این تصمیم هدف شخصیت را در صحنه‌ی بعدی (که معمولاً صحنه‌ای کنشی است) مشخص می‌کند.

این هم خلاصه‌ای از یک صحنه‌ی واکنشی:

برای یک ثنیه نفس‌تان بالا نمی‌آید. در بدترین کابوس‌هایتان هم چنین اتفاقی را پیش‌بینی نمی‌کردید. در گنجی خودتان غوطه می‌خورید و امیدوارید که بتوانید خودتان را آن قدری نگه‌دارید که جایی برای حلوت کردن پیدا شود. تلوتلو خوران، در آفتاب کورکننده، از ساختمان خارج می‌شوید و گوشه‌ی امن و ساکتی را زیر یک درخت بلوط قدیمی پیدا می‌کنید. پس از چند دقیقه، مهی که ذهن‌تان را تار کرده بود، کنار می‌رود. چشم‌هایتان را می‌مالید و چند نفس عمیق می‌کشید. انگشت‌های گره‌خورده‌تان را باز می‌کید و دست‌نوشته از میان آن‌ها رها می‌شود. بسیار خوب. به خودتان می‌آیید. حالا چه می‌شود؟ می‌توانید برگردید و با نماینده‌ی ادبی جر و بحث کنید، اما این کار احتمالاً اوضاع را خراب‌تر خواهد کرد. می‌توانید دست از نوشتن بشوید، اما... نوشتن هم‌هی زندگی شماست. می‌توانید تلاش کنید و ببینید منظور او از "ساختار صحنه" چه بوده است، اما خودمانیم، شما تا این لحظه فکر می‌کردید تعریف ساختار صحنه را می‌دانید. حالا باید چه غلطی بکنید؟ دوستی ز آن حوالی رد می‌شود و چهره‌ی به‌هم ریخته‌ی شما را می‌بیند و از شما می‌پرسد که آیا حالتان خوب است. شرح ماوقع را با او در میان می‌گذارید. دوست‌تان توصیه می‌کند دست‌نوشته را نزد یک منتقد مشاور ببرید و از یک نویسنده‌ی حرفه‌ای بخواهید پیشنهادهای سازنده‌ای به شما بدهد. به دوست‌تان می‌گویید که او دیوانه است؛ چقدر دیگر باید برای چنین کاری پول خرج کنید؟ دوست‌تان شما را از زمین بلند می‌کند و دست‌نوشته را برمی‌دارد: "مگه موقع معارفه گوش نمی‌دادی؟ منتقد مشاور رایگانه! می‌گفتند که به این قسمت همایش ادبی بیشتر از بقیه‌ی قسمت‌ها کم‌لطفی می‌شه. اما بهتره عجبه کنی، چون دفترشون تا ده دقیقه‌ی دیگه تعطیل می‌شه." احساس می‌کنید که لبخندی دارد بر لبان‌تان می‌نشیند: "الان می‌رم."

در این مثال، واکنش به رد شدن، جنبه‌ی جسمانی دارد: نفس‌تان بالا نمی‌آید و تلوتلو می‌خورید و ذهن‌تان را مه‌ای از گنجی فرا گرفته. در مرحله‌ی دو راهی شما چند گزینه را در نظر می‌گیرید: بحث با نماینده، ترک نویسندگی و تلاش برای حل و فصل یک‌تنه‌ی ماجرا، که همگی گزینه‌های بدی هستند. دوست‌تان گزینه‌ی چهارمی را پیشنهاد می‌کند که آن کمک خواستن از منتقد مشاور است. وقتی متوجه شوید که این پیشنهاد هم یک گزینه‌ی عملی است تصمیم‌گیری برایتان آسان می‌شود.

نشان دادن واکنش

قسمت واکنش در یک صحنه‌ی واکنشی می‌تواند کوتاه یا بلند باشد و این به عظمت شکست/پس‌رفتی که شخصیت دارد به آن عکس‌العمل نشان می‌دهد و نیز به میزان

احساساتی بودن وی بستگی دارد. واکنش تا حد زیادی از احساس تشکیل می‌شود. اگر رمان شما جنبه‌ی مفهومی و درون‌نگر دارد، آنگاه می‌توانید بسیاری از تجربیات احساسی قوی را در واکنش به شکست نشان دهید. اگر رمان شما بیشتر حالت عملی و برون‌گرایانه دارد، آنگاه بهتر است واکنشی چالاک و کوتاه برای شخصیت تدارک ببینید.

قسمت واکنش در یک صحنه‌ی واکنشی از احساس خام تشکیل می‌شود. این قسمت تا زمانی کش می‌آید که شخصیت مُشرف احساسی برای خرج کردن داشته باشد. شخصیت بالاخره آرام می‌شود و تفکر منطقی را آغاز می‌کند. این همان لحظه‌ی پایان واکنش است و نشان می‌دهد که باید از آن گذر کنید و صحنه را پیش ببرید.



دو راهی چیست؟

دو راهی امری خردمحور است، نه احساسی. شخصیت مُشرف با مشکلی مواجه شده. او چطور می‌خواهد این مشکل را حل کند؟ او گزینه‌هایی پیش رو دارد؛ اما آن‌ها گزینه‌های بدی هستند اگر شخصیت شما گزینه‌ی خوبی داشته باشد، آنگاه شما در حلق مانع و شکست دادن او در صحنه‌ی قبلی کم‌کاری کرده‌اید.



شخصیت شما برای مدتی گزینه‌ها را سبک و سنگین خواهد کرد. چه مدتی؟ این بستگی دارد به میزان وخامت اوضاع و توانایی شخصیت در تحلیل حقایق و تصمیم‌گیری. برای حل مشکل دوراهی، ممکن است زمان زیادی لازم باشد یا ممکن است شخصیت داستان شما خیلی سریع از پس آن برآید.

تصمیم‌گیری درباره‌ی تصمیم

در یک مقطع زمانی، شخصیت مُشرف باید تصمیم بگیرد. او نمی‌تواند تا ابد در بیم و امید باقی بماند. به محض اتخاذ تصمیم، شخصیت باید به آن عهد پیدا کند. یک تصمیم باید چنین باشد:

- ✓ ساده: شخصیت شما باید در تصمیم خود، دید بازی داشته باشد.
- ✓ ملموس: خواننده باید بتواند محسم کند که شخصیت داستان در مرحله‌ی بعدی دقیقاً چه می‌خواهد بکند.
- ✓ ارزشمند: خواننده باید بپذیرد که شخصیت واقعاً به خاطر ارزش‌هایی که به آن‌ها پایبند است، چنین تصمیمی می‌گیرد.
- ✓ قابل دستیابی: خواننده باید باور کند که موفقیت شاید در فصل بعدی داستان حاصل شود.
- ✓ دشوار: خواننده باید نسبت به نتیجه‌بخش بودن تصمیم شخصیت تردید داشته باشد.

خواننده، ساعت ۳ صبح، به دلیل خوبی نیاز دارد که باعث شود به جای خاموش کردن چراغ‌ها، ورق بزند و به خواندن ادامه دهد. تصمیمی که ساده، ملموس، ارزشمند، قابل دستیابی و دشوار باشد، چنین دلیلی را به خواننده خواهد داد.

توجه کنید که این تصمیم شباهت زیادی به هدف صحنه‌ی کنشی دارد. این دقیقاً تعریف تصمیم است: انتخابی مبنی بر تعقیب هدفی خاص.

کامل کردن حلقه‌ی صحنه‌ها

در صحنه‌ی کنشی، شخصیت با یک هدف به حرکت درمی‌آید، سپس در ورطه‌ی کشمکش می‌افتد و بعد با یک شکست به عقب هل داده می‌شود. صحنه‌ی واکنشی بلافاصله آغاز می‌شود، شخصیت را از دلالتی از واکنش‌های احساسی می‌گذراند، او را به یک دوراهی خردمحور می‌رساند و در نهایت شخصیت را به مرحله‌ی تصمیم‌گیری می‌رساند؛ تصمیمی برای پیگیری هدفی تازه.

بنابراین، در حالت فرضی، شما می‌توانید یک صحنه‌ی کنشی بنویسید، بعد دنباله‌ی آن را با نوشتن یک صحنه‌ی واکنشی بگیرید و بعد باز آن صحنه‌ی واکنشی را با یک صحنه‌ی کنشی دیگر ادامه دهید. این فرضیه‌ی خوبی است و معمولاً هم شدنی است؛ اما همیشه این‌طور نیست. در ادامه دو دلیل ذکر کرده‌ایم که توضیح می‌دهند چرا ممکن است نتوانید این تناوب صحنه‌های کنشی و واکنشی را در داستان خود اجرا کنید:

✓ برای روان‌تر شدن جریان داستان: رمان‌های بازاری امروزی اغلب داستان را به‌شکلی ضربتی پیش می‌برند. در رمان‌های پرشتاب، صحنه‌های کنشی از پس هم جریان دارند و نویسنده ممکن است سر و ته صحنه‌ی واکنشی را در یک بند چکیده‌ی روایی هم بیاورد. حتی ممکن است نویسنده صحنه‌ی واکنشی را اصلاً ننویسد و اینکه شخصیت چه واکنشی نشان داد، با چه مشکل و دوراهی‌ای روبه‌رو شد و در نهایت چه تصمیمی گرفت را بر عهده‌ی تخیل خواننده بگذارد.

✓ برای تغییر شخصیت‌مُشرف، پس از یک صحنه: اگر این کار را انجام دهید، احتمالاً دیگر نمی‌توانید واکنش احساسی شخصیت‌مُشرف را، که در اثر پس‌رفت او ایجاد می‌شود، به خواننده نشان دهید. پس این واکنش را چه وقت باید نشان دهید؟ شاید بعداً، وقتی که دوباره برای صحنه‌ای جدید، سراغ همین شخصیت‌مُشرف می‌روید. شاید هم هرگز (البته این در صورتی است که این شخصیت بتواند بعداً واکنش احساسی، دوراهی و تصمیم خود را برای شخصیت دیگری در داستان بازگو کند).

چه صحنه‌ی واکنشی را به خواننده نشان دهید، چه این کار را نکنید، باید به‌عنوان نویسنده بدانید که در آن چه اتفاقی می‌افتد. این کار نشان‌تان می‌دهد که در ادامه‌ی



ماجرای شخصیت داستان چه هدفی را انتخاب خواهد کرد. البته، خیلی چیزها به ژانر داستانی، انتظارات خواننده‌ها و مهارت نویسندگی شما بستگی دارد. امروزه نویسندگان به عمیق شدن در صحنه‌های واکنشی گرایش بیشتری دارند.

ساختار صحنه در بر باد رفته

مثالی را که از اوایل رمان بر باد رفته، به قلم مارگارت میچل، انتخاب کرده‌ایم در نظر بگیرید. اسکارلت اوهارا شیفته‌ی آشلی ویلکس شده است و می‌خواهد کاری کند آشلی، یک روز با او ازدواج کند. اسکارلت با شنیدن خبر نامزدی آشلی با ملانی همیلتون، ناباورانه قسم می‌خورد که روز بعد در جشن و میهمانی برپایی مزرعه‌ی ویلکس‌ها با او حرف بزند. هنگام خواب نیمروزی، وقتی خانم‌های جوان در حال چرت زدن هستند، اسکارلت از فرصت استفاده می‌کند تا، در صحنه‌ی مشهور کتابخانه، با آشلی حرف بزند. اکنون به تحلیلی از این صحنه‌ی کنشی توجه کنید:

✓ **هدف:** اسکارلت می‌خواهد آشلی را ببیند، عشقش را نزد او اعتراف کند و راضی‌اش کند که به‌جای ملانی با او ازدواج کند.

✓ **کشمکش:** آشلی مکرراً توضیح می‌دهد که آنچه اسکارلت می‌خواهد، غیرممکن است. آن‌ها با هم تفاوت زیادی دارند و اینکه او برای اسکارلت ارزش قائل است، اما باید با زنی ازدواج کند که شخصیتی مشابه شخصیت خودش دارد. اسکارلت که آرزوهای خود را نقش بر آب می‌بیند، خشمگین می‌شود، به آشلی می‌گوید که از او متنفر است و سیلی محکمی به او می‌زند. آشلی کتابخانه را ترک می‌کند. اسکارلت به‌قدری خشمگین است که یک گلدان چینی نفیس را به سوی دیگر اتاق پرتاب می‌کند.

✓ **پس‌رفت:** رت باتلر بی‌آبرو و علاف، تمام این مدت روی کاناپه چرت می‌زده و همه چیز را شنیده است. رت به اسکارلت می‌خندد و او تحقیر می‌شود.

یک صحنه‌ی واکنشی بلافاصله پس از صحنه‌ی کنشی قبل آغاز می‌شود:

✓ **واکنش:** اسکارلت از شدت فشار عصبی دچار سرگیجه می‌شود، نفسش به‌سختی بالا می‌آید و می‌ترسد از حال برود. او می‌ترسد که خبر مکالمه‌اش با آشلی به بیرون درز کند. هیچ‌کس نباید از این موضوع چیزی بداند.

✓ **دوراهی:** آیا اسکارلت هم باید برای خواب نیمروزی به خانم‌های دیگر بپیوندد؟ امکان ندارد؛ او تصادفاً صدای آن‌ها را می‌شنود که درباره‌اش حرف می‌زنند. هانی ویلکس پشت سر اسکارلت می‌گوید که او "پررو" است. آیا او باید مهمانی را ترک کند؟ امکان ندارد. ملانی از اسکارلت دفاع می‌کند و این حال اسکارلت را

به هم می‌زنند. از همه بدتر اینکه هانی ظاهراً فهمیده است که اسکارلت عاشق اَشلی شده است. آیا او باید به خانه برود؟ نه، نمی‌شود؛ این کار او به هانی میدان می‌دهد تا درباره‌ی او عیبیت کند و ممکن است دیگران حرف‌هایش را باور کنند. اسکارلت دیگر نمی‌تواند به حرف‌های آن‌ها گوش کند، برای همین از پله‌ها پایین می‌دود و در این حین به چارلز برخورد می‌کند. چارلز برادر ملانی است که هانی دوستش دارد. چارلز متوجه حال منقلب اسکارلت می‌شود و او را به کاری می‌برد. کمی پیش‌تر، چارلز با دیدن اسکارلت مجذوب او شده بود و حتی با خودش کلنجار رفته بود که از او تقاضای ازدواج کند. حالا با رسیدن خبر جنگ، چارلز تصمیم می‌گیرد با یانکی‌ها بجنگد. او از اسکارلت می‌خواهد که منتظرش بماند.

✓ **تصمیم:** اسکارلت درمی‌یابد که با ازدواج با چارلز تمام مشکلاتش حل خواهد شد. این کار به اَشلی نشان می‌دهد که علاقه‌ی اسکارلت به او واقعی و جدی بود. ملانی از اینکه اسکارلت زن برادرش شود عذاب خواهد کشید و نقشه‌های هانی برای ازدواج با چارلز هم نقش بر آب خواهد شد. سکارلت تصمیم می‌گیرد که درجا پیشنهاد چارلز را بپذیرد.

ساختار صحنه در بازی میهن‌پرستان

حالا به مثالی از یک رمان مهیج توجه کنید که وقایع آن شتاب بیشتری دارند؛ بازی میهن‌پرستان، اثر تام کلنسی. شخصیت اصلی جک رایان، یک استاد تاریخ در آکادمی نیروی دریایی آناپولیس است.

مطالب پیشنهادی

نمی‌گویند که هر بند از خلاصه‌ی داستانی باید توالی‌ای از صحنه‌ها را خلاصه کند، ما با خواندن این کتاب بود که به ایده‌ی این کار رسیدیم. ما بر این باوریم که مک‌کی این سطح از ساختار داستانی را بهتر از سایرین آشکار ساخته است.

✓ **Techniques of the Selling Writer.** نوشته‌ی دوایت سوابی: سوابی یک داستان‌نویس موفق و استاد باسابقه‌ی داستان‌نویسی در دانشگاه اوکلاهما بود

در اینجا به چند کتاب اشاره می‌کنیم که خواندن آن‌ها اطلاعات شما را درباره‌ی لایه‌های میانی ساختار داستان افزایش می‌دهد:

✓ **داستان، نوشته‌ی رابرت مک‌کی:** مک‌کی استاد مشهور فیلم‌نامه‌نویسی است و کتاب **داستان به قلم او،** یک اثر کلاسیک است. (او و کتابش در فیلم **اقتباس،** با بازی نیکلاس کیج، نقش دارند) **داستان** کتب پیشرفته‌ای است و ما مطالعه آن را بیشتر به دلیل توضیح مک‌کی درباره‌ی توالی صحنه‌ها به شما توصیه می‌کنیم. اگرچه مک‌کی علناً

✓ *Plot and Structure*، نوشته‌ی جیمز اسکات پل: پل رمان‌نویسی پر فروش و نویسنده‌ی سابق یکی از ستون‌های مجله‌ی تخصصی نویسندگی *Writer's Digest* است. کتاب او ساده‌ترین و بهترین کتابی است که ما در زمینه‌ی ساختار داستانی سراغ داریم.

او بیشتر به خاطر تحلیلش از صحنه‌ها و دنباله‌ها شناخته می‌شود. از آنجا که به هر حال هر دوی این‌ها صحنه به حساب می‌آیند، ما به خود آزادی نام‌گذاری مجدد آن‌ها را داده‌ایم. صحنه از نظر سواپ، همان صحنه‌ی کنشی ماست و دنباله‌ای که او از آن دم می‌زند، همان صحنه‌ی واکنشی است که ما به آن اشاره کردیم.

فصل اول با سفر تحقیقاتی رایان به لندن آغاز می‌شود. پس از گذراندن یک روز در کتابخانه و دقایقی پس از ملاقات رایان با همسر و دخترش در هاید پارک، انفجاری در فاصله‌ی پانزده‌متری آن‌ها رخ می‌دهد. رایان سرش را برمی‌گرداند و دو مرد را با سلاح‌های اتوماتیک می‌بیند که از دو طرف به یک رولز رویس از حرکت‌افتاده تیراندازی می‌کنند. اکنون به تحلیلی از صحنه‌ی کنشی و صحنه‌ی واکنشی پس از آن توجه کنید:

✓ هدف: رایان بی‌درنگ تصمیم می‌گیرد این حمله‌را، با سپر کردن خودش، متوقف کند.

✓ کشمکش: رایان مردی را که نزدیک‌تر است غافلگیر می‌کند و با جهشی سهمگین او را زمین می‌زند. سپس هفت‌تیر مرد مسلح را می‌قاپد و در همین حین به این فکر می‌کند که چطور می‌تواند تیرانداز دوم را، که به یک کلاشینکف مجهز است، مهار کند. اما با مردی که بر زمین افتاده چه باید بکند؟ آیا اصلاً او بهوش است؟ فرصتی برای فهمیدن این موضوع نیست، بنابراین گلوله‌ای به مفصل ران او شلیک می‌کند تا توان حرکت را از او بگیرد. رایان محل تیرانداز دوم را پیدا می‌کند. او حالا کلاشینکف را زمین انداخته و یک هفت‌تیر در دست دارد. مرد تیرانداز متوجه رایان می‌شود. هر دو شلیک می‌کنند. کتف چپ چک تیر می‌کشد، اما گلوله‌ای که شلیک کرده در سینه‌ی مرد تیرانداز می‌نشیند. چک یک بار دیگر ماشه را می‌چکاند و این بار تیر به‌صورت مرد اصابت می‌کند و او را درجا می‌کشد.

✓ پس‌رفت: خود رایان هم تیر می‌خورد و به‌شدت زخمی می‌شود.

✓ واکنش: رایان سرگیجه دارد و برای تنفس تقلا می‌کند.

✓ دوراهی: یکی از نگهبانان قصر با سلاحی به سوی رایان می‌دود. امکان ندارد که او فهمیده باشد که رایان آدم‌خوبه است. چک در محل وقوع یک حمله‌ی تروریستی، سلاحی در دست دارد. حالا باید چه کند؟

✓ تصمیم: رایان وقش را با سبک و سنگین کردن این موقعیت هدر نمی‌دهد. او خشاب را از هفت‌نیر درمی‌آورد و به کناری می‌اندازد، اسلحه را هم روی زمین می‌گذارد و چند قدم از آن‌ها فاصله می‌گیرد. حالا باید اطمینان کند که نگهبان به او شلیک نخواهد کرد.

کنش داستانی، گفت و گو و غیره: پایین ترین لایه ی پی رنگ

در این فصل

- ◀ خلق کنش داستانی
- ◀ به تصویر کشیدن گفت و گوها، افکار و عواطف
- ◀ استفاده از توصیف
- ◀ احیای گذشته با استفاده از فلش بک
- ◀ به پیش راندن سریع وقایع به کمک چکیده ی روایی
- ◀ روی هم سوار کردن همه ی اجزا

رمان امروزی در پی رنگ خود دارای شش لایه پیچیدگی است. در فصل ۸ دو لایه ی ابتدایی - یعنی خط داستانی و ساختار سه پرده ای - را شرح دادیم. در فصل ۹ سه لایه ی میانی - یعنی خلاصه ی داستانی، فهرست صحنه ها و صحنه - را توضیح دادیم. در این فصل می خواهیم به بحث درباره ی پایین ترین لایه ی پی رنگ بپردازیم که در آن داستان بنده بند آشکار می شود.

هدف شما به عنوان یک رمان نویس این است که یک تجربه ی حسی قوی را به خواننده اعطا کنید. اکثر روش هایی که برای این کار تعریف شده اند، شما را ناگزیر از اتصال مستقیم خواننده به حواس شخصیت مُشرف داستان تان می کنند. منظور ویراستار هم، وقتی که از شما می خواهد داستان را "نمایش" دهید و آن را "بازگو" نکنید، همین است.

شما پنج ابزار اصلی برای به نمایش درآوردن داستان خود دارید: کنش داستانی، گفت و گو، عواطف درونی، تک گویی درونی و توصیف. کنش داستانی و گفت و گو را می توانید در هر صحنه ای برای هر شخصیتی به کار ببرید. اما عواطف و تک گویی درونی را فقط باید برای شخصیت مُشرف استفاده کنید. در حالت معمول - جز موارد استثنا - توصیف را فقط برای شخصیت های غیر مُشرف استفاده می کنند. دو ابزار دیگر هم در اختیار شما قرار دارد که یکی از آن ها فلش بک است و دیگری چکیده ی روایی. اگر این دو ابزار را درست اداره کنید، برای هر کدام شان جایگاه مناسبی وجود دارد.

برای اینکه به یک رمان‌نویس موفق تبدیل شوید، باید هنر ترکیب تمام این ابزارها را به‌گونه‌ای فرا بگیرید که به کمک آن‌ها بتوانید این توهّم را برای خواننده ایجاد کنید که او خودش یکی از شخصیت‌های داستان شماست. در این فصل، ما این ابزارها و نحوه‌ی عملکردشان را برایتان توضیح خواهیم داد.

استفاده از هفت ابزار اصلی نمایش و تعریف

تا به حال شده نماینده‌ی ادبی یا ویراستار با خط حرجنگ‌قورباغه روی دست‌نوشته‌تان بنویسند "وقایع را نمایش بده، آن‌ها را بازگو نکن!" و آن را بدون توضیح اضافه برایتان پس بفرستند؟ به‌نظرتان این کار آن‌ها اعصاب خردکن نیست؟ البته که هست؛ به‌خاطر اینکه ویراستار صرفاً به شما گفته که باید "وقایع را نشان بدهید و از بازگو کردن آن‌ها خودداری کنید" و نشان‌تان نداده که چطور باید این کار را انجام دهید. ویراستارها هرگز توضیح نمی‌دهند که "نشان بده، اما بازگو نکن" یعنی چه، زیرا تصور آن‌ها بر این است که شما خودتان این موضوع را می‌دانید.

نشان دادن (یا نمایش دادن) یعنی اینکه داستان را از طریق داده‌های حسی به خواننده بنمایانید. خواننده می‌خواهد داستان را ببیند، بشنود، ببوید، لمس کند و بچشد و در ضمن افکار و عواطف یک شخصیت زنده و حاضر را نیز تجربه کند. بازگو یا تعریف کردن یعنی خلاصه کردن داستان بری خواننده، آن هم به‌شکلی که از داده‌های حسی چشم‌پوشی شود و فقط به حقایق آشکار میدان داده شود.

شما پنج ابزار اصلی در اختیار دارید که به کمک آن‌ها می‌توانید داستان خود را نمایش دهید. در قسمت پایین، این ابزارها را به‌ترتیب اهمیت‌شان فهرست کرده‌ایم:



✓ کنش داستانی

✓ گفت و گو

✓ عواطف درونی

✓ تک‌گویی درونی

✓ توصیف

می‌توانید این ابزارها را، به‌ترتیبی که دوست دارید در یک بند به‌کار ببرید، مادامی که معنی داستان درست از آب درآید. حتی می‌توانید آن‌ها را در یک جمله با هم ترکیب کنید. اما ترکیب کردن آن‌ها ضروری نیست. اگر دلتان بخواهد می‌توانید یک بند کامل از داستان (یا حتی چند بند از آن) را تنها با به‌کارگیری یکی از این ابزارها بنویسید.

لطفاً دقت کنید که ابزارهایی که در بالا ذکر شدند می توانند در چکیده ی روایی نیز برای تعریف داستان به کار روند. اما از آنجا که ما بیشتر تمایل داریم ز آن ها برای نشان دادن داستان بهره بگیریم، محوریم تعاریف خود را از کنش داستانی، گمت وگو، عواطف درونی، تک گویی درونی و توصیف، کاملاً مشخص کنیم تا وقتی از آن ها سخن می گوئیم صرفاً به فرایند نشان دادن اشاره کنند، نه بازگو کردن. در ادامه تعاریف دقیق خود از این ابزارها را، به همراه مثال هایی درباره ی نحوه ی به کار بردن آن ها، عنوان کرده ایم:

در ضمن دو ابزار دیگر هم در خدمت شما هستند:

✓ **فلش بک:** در فلش بک، شما در زمان به عقب و به یکی از صحنه هایی که در گذشته رخ داده اند برمی گردید و در آن بخشی از داستان را به کمک تمام مضمونین همیشگی - کنش داستانی، گمت وگو، عواطف درونی، تک گویی درونی و توصیف نشان می دهید و سپس به زمان حال بازمی گردید. در آغاز و پایان فلش بک باید اشاره ای به تغییر زمان بکنید تا خواننده از این موضوع آگاه شود.

✓ **چکیده ی روایی:** منظور ویراستارها از بازگو کردن یا تعریف، همین چکیده ی روایی است. چکیده ی روایی ابزاری دقیق و کارآمد برای انتقال مقادیر زیادی اطلاعات به خواننده است؛ به طوری که داده ها، بدون برانگیختن حواس او، مستقیماً به هسته ی ادراکی مغزش ارسال شوند.

در این قسمت هفت ابزاری را که پیش تر نام بردیم تحلیل می کنیم و نشان تان می دهیم که چطور می توانید آن ها را، در پایین ترین سطح پیچیدگی پی رنگ، به شکلی مؤثر در کنار هم به کار ببرید تا مانند یک داستان نویس خبره، داستان خود را نمایش دهید و بازگو کنید.

کنش داستانی

کنش (داستانی) همان چیزی است که همین حالا، لحظه به لحظه، در حال وقوع است. کنش هیچ وقت چیزی را خلاصه نمی کند، بلکه آن را نشان می دهد. نویسنده های تازه کار اکثراً فکر می کنند کنش یعنی اتفاقات بزرگی که با شتاب زیادی رخ می دهند؛ مثلاً تعقیب اتومبیل ها، تیراندازی یا هلیکوپر هایی که منفجر می شوند. اگرچه این موارد ممکن است گاهی قسمت های مهمی از کنش را در یک صحنه تشکیل دهند، آن ها به ندرت بیشترین اهمیت را برای خواننده دارند. کنش معمولاً همان حرکات و رفتارهای عادی و روزمره ی شخصیت ها است. چیزهایی مثل مردی که دست همسرش را می گیرد، دختر بچه ای که سگی را نوازش می کند، یا برگی که از درخت می افتد، کنش به حساب می آید و هر یک از آن ها برای شخصیت داستان شما (و در نتیجه برای خواننده) بار احساسی خاصی به همراه دارد.



کنش تنها زمانی اهمیت می‌یابد که شخصیت یا خواننده به آن اهمیت دهد. هلیکوپتر بدون سرنشینی که منفجر می‌شود، یعنی هیچ. اما هلیکوپتری که هنگام انفجار، دختر ۳ ساله‌ی شما در آن نشسته باشد، یعنی همه چیز. هیچ وقت کنشی را نشان ندهید که برای هیچ کدام از شخصیت‌ها معنی خاصی نداشته باشد.

به این دو بند کنشی دقت کنید. در صحنه حرکت چیدانی به چشم نمی‌خورد، اما هر کنش مفهوم خاصی دارد:

ویراستار مشاور، با دیدن شما که به سمت میز او می‌روید لبخند می‌زند. او دارد با تلفن همراهش حرف می‌زند، اما صندلی‌ای را که در سوی دیگر میز قرار دارد به شما تعارف می‌کند. سپس ساعت مچی‌اش را نشان می‌دهد و انگشت اشاره‌اش را بالا می‌آورد؛ یعنی یک دقیقه صبر کنید.

شما در صندلی رها می‌شوید و از اینکه تا زمانی که او تلفنش را تمام می‌کند، کمی وقت اضافه برای جمع و جور کردن خودتان دارید، خوشحال هستید. از داخل پوشه‌ی چرمی‌تان، آخرین نسخه‌ی خلاصه‌ی داستان و شخصیت‌های نمونه‌ی رمان‌تان را بیرون می‌کشید؛ رمانی که دنباله‌ی داستانی است که همین ویراستار پارسال از شما خرید.

ببینید که این دو بند چه تفاوت‌های اساسی‌ای با هم دارند. اولین بند روی ویراستار تمرکز می‌کند. خواننده‌ها او را از بیرون می‌بینند، زیرا او شخصیت مُشرف این صحنه نیست. خواننده نمی‌تواند ذهن او را بخواند، ما می‌تواند از روی حرکات بدن و حالت‌های صورتش (ر‌ه‌های ارتباطی غیرکلامی) به بسیاری از افکار و احساسات درونی‌اش پی ببرد. بند دوم بر شخصیت مُشرف تمرکز دارد و در آن، هم حرکات بیرونی نشان داده شده‌اند و هم افکار و احساسات.

حالا بیایید ببینیم از چند جمله‌ای که در مثال بالا درباره‌ی حرکات و رفتار ویراستار نوشته شد، به چه چیزهایی می‌توان پی برد:

- ✓ لبخند زد، که یعنی از دیدن شما خوشحال است.
- ✓ داشت با تلفن حرف می‌زد، که این یعنی سرش شلوغ است.
- ✓ به شما تعارف کرد که بنشینید؛ این حاکی از حالت پذیرای اوست و تأکیدی است بر این نکته که او از دیدن شما خوشحال شده است.
- ✓ به ساعتش اشاره کرد که این نشانه‌ی آگاهی‌اش از زمان است و بر این موضوع صحنه می‌گذارد که او می‌داند که دارد وقت ملاقات شما را هدر می‌دهد.
- ✓ یک انگشتش را بالا گرفت. در زندگی واقعی، این حرکت یعنی او از شما می‌خواهد

یک دقیقه صبر کنید. متن بالا، با مورب نوشتن عبارت یک دقیقه صبر کنید بر این موضوع تأکید مضاعف کرده است.

تمام این‌ها با هم ترکیب می‌شوند تا یک پیام ساده را به شما برسانند. ویراستار از دیدن شما خوشحال شده، اما سرش شلوغ است. بهتر است نمونه داستان خوبی برایش آورده باشید، وگرنه ظرف ۱۵ دقیقه ممکن است دیگر خوشحال نباشد.

حرکات و رفتار شخصیت مُشرف نیز داستانی غیرکلامی تعریف می‌کنند؛ حالت رها شدن تان در صندلی یعنی خسته هستید، اما اینکه از داخل پوشه نمونه کار را درمی‌آورید، یعنی آمادگی قبلی دارید. هنگام نشان دادن حرکات و کنش‌های شخصیت مُشرف، گنجاندن افکار یا احساسات او هم کار متداولی است. زیرا از این طریق خواننده بیشتر در قالب شخصیت فرو می‌رود. مثالی که در بالا ذکر کردیم به این فکر شما اشاره می‌کند که شما از اینکه کمی زمان اضافه برای آماده شدن در اختیار دارید خوشحال شده‌اید. برای دانستن نکاتی بیشتر درباره‌ی راه‌های ترکیب این نوع اطلاعات، قسمت‌های "احساسات درونی" و "تک‌گویی درونی" را در صفحات بعدی مطالعه کنید.

در داستان هم، مانند زندگی واقعی، قدرت عمل از حرف بیشتر است. اگر مفهوم رفتار شخصیت با گفتار او یکی نباشد، خواننده همیشه رفتار او را باور خواهد کرد.



دوره‌ی آموزشی آن‌لین دکتر مارجی لاوسن (Margie Lawson)، تحت عنوان *Empowering Characters' Emotions* که در آدرس اینترنتی www.margielawson.com موجود است در مورد استفاده از اعمال برای برقراری ارتباط غیرکلامی بیشتر توضیح می‌دهد.

بسیاری از رمان‌ها در نمایش دادن حرکات و رفتار شخصیت‌ها بسیار خوب عمل کرده‌اند. مثال‌هایی از این رمان‌ها عبارت‌اند از: شاهین مالت، نوشته‌ی دَشیل هَمست؛ جاسوسی که از سردسیر آمد، نوشته‌ی جان لو کاره؛ آتش می‌میرد، نوشته‌ی س. ام. استرلینگ؛ و خدای رودخانه، نوشته‌ی ویلبر اسمیت.

گفت وگو

گفت وگو به واژه‌هایی که شخصیت داستان شما آن‌ها را با صدای بلند ادا می‌کند اشاره دارد. حتی اگر شخصیت تنها باشد، در صورتی که با صدای بلند حرف بزند، حرف‌های او گفت وگو به حساب می‌آیند. نویسنده‌ها بین گفت وگوی مستقیم (نقل قول دقیق از شخصیت)، گفت وگوی غیرمستقیم (ارائه‌ی کلیت صحبت‌های شخصیت) و خلاصه‌ی گفت وگو (ارائه‌ی خلاصه‌ای از یک مکالمه‌ی کاملاً در قالب چکیده‌ی روایی) تفاوت قائل می‌شوند. وقتی از واژه‌ی "گفت وگو" استفاده می‌کنیم، منظورمان یکی از دو نوع گفت وگوی مستقیم یا غیرمستقیم است که در نشان دادن استفاده می‌شوند. خلاصه‌ی

گفت وگو برای تعریف یا بازگو کردن به کار می‌رود.

این‌ها برخی از قواعد گفت وگوهای نمایش دهنده هستند:

✓ گفت وگوی مستقیم را واژه به واژه و داخل علامت نقل قول ذکر کنید. حرف‌های گوینده را خلاصه نکنید. آن‌ها را کلمه‌به‌کلمه نشان دهید:

اسکارلت گفت: "راستش را بگو آشلی ویلکس، نمی‌خواهم دروغ بشنوم!" و بعد ادامه داد: "به‌نظرت من خوشگلم؟"

✓ گفت وگوی غیرمستقیم را تقریباً واژه به واژه بنویسید و برای آن از علامت نقل قول استفاده نکنید. در اینجا کمی خلاصه کردن رواست، اما باید حرف‌ها را به یک شخصیت خاص نسبت دهید:

اسکارلت پرسید که آیا آشلی او را زیبا می‌پندارد.

✓ برای نشان دادن گوینده از برجسب استفاده کنید. شما می‌توانید با استفاده از برجسب "او گفت" و یا از طریق برجسب رفتاری، که به شخصیت اشاره می‌کند و او را در حال انجام کاری نشان می‌دهد، گوینده‌ی جملات را نشان دهید. اگر معلوم است که گوینده کیست، می‌توانید برجسب را اصلاً به کار نبرید. اما هرگز اجازه ندهید خواننده درباره‌ی گوینده‌ی جملات گیج شود (و در عین حال از تکرار بیش از حد اسامی شخصیت‌ها پرهیز کنید).

از برجسب‌های تشریفاتی و تصنعی استفاده نکنید؛ مثلاً "او توضیح داد" و یا "او عتاب کرد". برجسبی ساده مانند "او گفت"، یا "او پرسید" تقریباً در بستر متن به چشم نمی‌آید و به همین دلیل مناسب است. سعی کنید تا جایی که می‌توانید از به کار بردن قید حالت در برجسب‌ها دوری کنید؛ نگویید "او باحالتی عتاب‌آمیز گفت" یا "او به‌شکلی کایه‌آمیز گفت". عتاب‌آمیز بودن یا نیش و کایه زدن شخصیت داستان، باید از حرف‌هایش مشخص شود.

✓ گفت وگوهای هر شخصیت را در بندی جدا بیاورید. برجسب هر گفت وگو را در بندی که آن گفت وگو قرار دارد ذکر کنید، حتی اگر برجسب رفتاری باشد.

حالا به سه بند گفت وگو در مثال معروف م توحه کنید. در این نندها گفت وگوهای شخصیت‌های مختلف گنجانده شده‌اند:

ویراستار تلفنش را کنار می‌گذارد. "بسیار خب! امروز برام چی آوردیدی؟"، سپس به جلو خم می‌شود و دستش را دراز می‌کند تا دست‌نوشته‌ی شما را بگیرد.

شما کاغذها را روی میز به جلو هس می‌دهید. "این هم یک رمان رم‌آلود ماوراءالطبیعی. قهرمان ما - همان رائنده اتوبوسه - توسط عوامل کره‌ی



شمالی ریوده می شود، آن ها تلاش می کنند محبورش کنند تاریخ حمله ی آتی استعمارطلبان آمریکایی را به آن ها بگویند.

”ای دزد ادبی!“ این صدای فریادی است که ز پشت سرتان می آید. ”تو ایده ی مرا در دیدی!“

جبهه های مخالف: یادتان باشد که گفت وگو یک نوع جنگ است!

گفت وگو یعنی جنگ! هر گفت وگو باید کشمکش کنترل شده بین - حداقل - دو شخصیت با مقاصد مختلف باشد. هدف اصلی گفت وگو پیش بردن کشمکش های داستان است.



شما نمی توانید بدون ایجاد برخوردی واقعی بین دو جبهه ی مخالف جنگ را آغاز کنید. در دو بند اول مثال بالا، شما و ویراستار هدف های مشابه به هم دارید: هر دوی شما می خواهید درباره ی دست نوشته ی شما حرف بزنید. خواننده در اینجا به دنبال کشمکش می گردد، آن را پیدا نمی کند و از خود می پرسد که کشمکش کی قرار است آغاز شود. کشمکش تنها زمانی آغاز می شود که شخصیت سوم وارد صحنه می شود. مقاصد این شخصیت با مقاصد شما و ویراستاران کاملاً متفاوت است. شخصیت جدید می خواهد یک نفر را بیچاره کند؛ در واقع درستش این است که می خواهد شما را بیچاره کند. حالا کشمکش ایجاد شده است.

ما در مثال مان کشمکش را آشکارا نشان دادیم. اما مادامی که شخصیت ها اهدافی متفاوت داشته باشند، کشمکش می تواند زیر لایه ای از ادب هم پنهان باشد. (در فصل ۹ درباره ی اهمیت هدف دار بودن صحنه های کنشی صحبت کردیم.) مثلاً در صحنه ی مشهوری که در اواخر رمان غرور و تعصب اتفاق می افتد، بانو کاترین دو بُرگ وارد منزل لیری بِنِت می شود. بانو دو بُرگ می خواهد از لیری بشنود که او قرار نیست با خواهرزاده اش، آقای دارسی، عروسی کند. لیزی امید چندانی به ازدواج با درسی ندارد. اما او از این پیرزن نفرت دارد و به همین دلیل از اطمینان دادن به او خودداری می کند. هدف لیزی این است که عزت نفسش را حفظ کند. گفت وگوی بین این دو زن بسیار خشم آلود و در عین حال رسمی و مؤدبانه است. لیزی پیوسته منطق بانو دو بُرگ را علیه خود او به کار می برد. کشمکش در این صحنه از تفاوت عمده ی هدف ها ناشی می شود.

بر هم زدن تعادل گفت وگوها

وقتی خواننده بداند که شخصیت ها قرار است چه بگویند، کشمکش چندانی نمی تواند اتفاق بیفتد. اما وقتی شخصیت ها یکدیگر (و خواننده) را غافلگیر کنند، آنگاه پی رنگ شکوفا می شود.



در مثال ما، قیس از ورود شخصیت سوم، گفت وگو متعادل و حتی بی مزه به نظر می رسد.

برای بر هم زدن تعادل گفت و گوها چند راه وجود دارد. شما می‌توانید برای این کار از موارد زیر استفاده کنید:

✓ شخصیت‌های جدید

✓ حقایق تازه

✓ رویدادهای جدید

ممکن است یکی از شخصیت‌های شما متوجه ناسازگاری ارزش‌های شخصی‌اش شود و مجبور شود تصمیم دشوار و غیرقابل پیش‌بینی‌ای بگیرد. (در فصل ۷ به اهمیت ناسازگاری ارزش‌های درونی شخصیت‌ها پرداختیم.) هر یک از این موارد سبب بر هم خوردن تعادل گفتگو و اشتیاق خواننده می‌شود.

بیانی خاص برای هر شخصیت

بیان یعنی شکل به‌خصوصی که هر شخصیت واژه‌ها را کنار هم می‌چیند تا با آن‌ها ندیشه یا سخی منطقی را ابراز کند. هاک فین بیان قوی و منحصر به فردی دارد؛ سکرلت اوهارا و آلیس دامبلدور هم همین‌طور. در داستان‌نویسی، بیان شخصیت‌ها برای تعیین مخاطب و آشکار کردن شخصیت‌ها اهمیت زیادی دارد. ابزار اصلی شما برای نشان دادن، بیان، گفت و گو و تک‌گویی درونی هستند که آن‌ها را ادامه‌ی این فصل توصیح خواهیم داد. (برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی بیان به فصل ۱۲ بروید.)



رمان‌های بسیاری وجود دارند که گفت و گوهایی بسیار خوبی در آن‌ها نوشته شده است. غرور و تعصب، نوشته‌ی جین آستن؛ برگزیده، نوشته‌ی چایم پونوک؛ و بازی اندر، نوشته‌ی اورسن اسکات کارد در نمونه‌هایی از این رمان‌ها هستند.

برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی گفت و گوهایی داستانی، می‌توانید کتاب *Self-Editing for Fiction Writers* به قلم Rennie Brown و Dave King (انتشارات Harper) را مطالعه کنید. کتاب *Stein on writing*، به قلم Sol Stein (انتشارات St. Martin's Griffin)، درباره‌ی خلق کشمکش‌های شدید در گفت و گو، از طریق ایجاد تفاوت در نگرش شخصیت‌ها توضیح می‌دهد.

Brandilyn Collins در کتاب *Getting into Character* درباره‌ی روش غیرمستقیم گنجاندن کشمکش‌های ظریف در گفت و گوها توضیح می‌دهد.

احساسات درونی

احساسات درونی اشاره به حس‌های روانی باطنی‌ای دارند که در اثر هجوم عواطف قوی

به شما دست می دهد. بازگو کردن احساسات شخصیت ها در داستان امری رایج است. مثلاً شما می توانید به خواننده بگویید که فرودو ترسیده است. اما این یک چکیده ی روایی است، نه احساس درونی. اگر بخواهید ترس فرودو را نشان دهید، باید کاری کنید که خواننده نیز بالا رفتن ضربان قلب، تعریق و یخ کردن کف دست ها و مور مور شدن پس سر فرودو را تجربه کند. به این می گویند احساسات درونی (ایکس حس های فیزیولوژیک، ترس را به نمایش بگذارند).

شما از احساسات درونی فقط برای شخصیت مُشرف استفاده می کنید. شخصیت مُشرف کسی است که شما قادرید درونش حلول کنید. خواننده ی شما داستان را برای تجربه ی یک حس قوی می خواند. با نشان دادن احساسات درونی، شما شاس بزرگی دارید که آن حسی را که خواننده مدت ها از پی اش می دویده به او اعطا کنید.

در بند بعدی، مثالی از احساسات درونی را خواهید دید که در پی آن یک تک گویی درونی (که آن را هم در این قسمت توضیح خواهیم داد) و سپس کنش یا عمل داستانی به کار رفته است؛ همه ی این موارد هم روی شخصیت مُشرف صحنه تمرکز یافته اند. احساس درونی همان اولین جمله ی این بند است:

گلوهی مذابی از آدرنالین در دلتان می جوشد. آن صدا. شما آن صدا را می شناسید. اما از کجا؟ سرتان را برمی گردانید تا او را ببینید.

نشان دادن یک حس خاص به خواننده، از تعریف کردن آن برای او بسیار مؤثرتر است. بازگویی احساس، زمانی اتفاق می افتد که آن را نام می برید. اما زمانی که به واکنش های فیزیولوژیک شخصیت ها به تنش های شدید آنی اشاره می کنید، دارید احساس درونی آن ها را نشان می دهید.



مدام از خود بپرسید "شخصیت داستان من چه حالی دارد؟ شخصیت داستان من چه احساسی دارد؟" اگر بتوانید به این سؤالات با توصیفی فیزیولوژیک پاسخ دهید، آنگاه قادرید به شکلی کارآمد یک تجربه ی حسی قوی را به خواننده هدیه کنید.

مصرانه توصیه می کنیم که سراغی از دوره ی آموزشی اینترنتی دکتر مارجی لاونسن (Margie Lawson)، تحت عنوان Empowering Character Emotions (www.margielawson.com) بگیرید تا از طریق آن مطالعه ی کاملی در زمینه ی نشان دادن احساسات درونی شخصیت ها از طریق واکنش های فیزیولوژیک داشته باشید. در ادامه چند نکته ی مفید را فهرست کرده ایم که ممکن است در شروع کار به شما کمک کنند:

✓ فقط احساسات درونی شخصیت مُشرف را نشان دهید. اگر از زاویه ی دید سوم شخص بی طرف می نویسید، آنگاه شخصیت مُشرفی ندارید و به تبع آن

نمی‌توانید از احساسات درونی استفاده کنید. اگر از یکی از زوایای دید دانای کل، بی‌جهنده می‌نویسید، آنگاه در یک صحنه‌ی واحد می‌توانید احساسات درونی چند شخصیت مختلف را نشان دهید. امتیازات استفاده از احساسات درونی را در قیاس با ضررهای ناشی از عدم همذات‌پنداری خواننده با شخصیت اصلی داستان‌تان به‌خوبی بسنجید.

✓ روی واکنش‌های فیزیولوژیک غیرارادی تمرکز کنید. چه اتفاقی برای دست‌ها، پاهای شکم، گردن و صورت شخصیت می‌افتد؟ برای بازآفرینی این نوع احساسات از چه استعاره‌هایی می‌توانید بهره ببرید؟

✓ احساس شخصیت را اسم نبرید. به‌جای این کار - که به خواننده می‌گوید شخصیت چه حساسی دارد - حس‌ها را نمایش دهید.

✓ هرچه کمتر، بهتر. در استفاده از این ابزار زیاده‌روی نکنید. احساس درونی ر زمانی به کار ببرید که در یک لحظه‌ی خاص، به حسی واضح و شدید نیاز دارید

ممکن است فکر کنید که در اصطلاح احساس درونی حشو وجود دارد. مگر احساس همیشه در درون نیست؟ بله، البته که هست. اما شما همیشه برای نشان دادن آن به درون شخصیت‌ها سفر نمی‌کنید. در اکثر مواقع درباره‌ی احساسات شخصیت‌ها حرف می‌زنید و با استفاده از چکیده‌ی روایی آن‌ها را بازگو می‌کنید. ما اصطلاح احساسات درونی را فقط زمانی به کار می‌بریم که می‌خواهیم به مواقعی اشاره کنیم که شمه مستقیماً در قالب شخصیت فرو رفته‌اید تا واکنش‌های جسمانی او به احساسات‌اش را به نمایش بگذارید.

احساسات و عواطف اغلب در حرکات بدن و حالات چهره، آثار قابل مشاهده‌ای از خود برجای می‌گذارند. بنابراین راه‌هایی برای نشان دادن احساسات دیگر شخصیت‌هایی حاضر در صحنه هم در اختیار شما قرار دارد (از طریق رفتار، وصف حال و مخصوصاً حالات چهره‌ی آن شخصیت).



تقریباً تمام رمان‌ها، برای نشان دادن حس شخصیت‌ها، از احساسات درونی استفاده می‌کنند. نمونه‌های محبوب ما عبارتند از: تمام مجموعه‌ی هری پاتر، نوشته‌ی جی. کی. رولینگ؛ فرصت دیگری نیست، نوشته‌ی هارلان کوپن؛ و ستون‌های زمین، نوشته‌ی کن فولت.

تک‌گویی درونی

تک‌گویی درونی یعنی همان فکرهایی که در سر شخصیت داستان می‌گذرند. نویسندگان، در این مورد هم - مانند گفت‌وگو - بین انواع مستقیم (بیان دقیق افکار)،

غیرمستقیم (بیان کلیت افکار) و خلاصه ی تک گویی های درونی تفاوت قائل می شوند. منظور ما از عبارت "تک گویی درونی"، نوع مستقیم یا غیرمستقیم تک گویی درونی است که هر دوی این گونه ها برای نشان دادن به کار می روند. خلاصه ی تک گویی درونی برای بازگو کردن استفاده می شود.

افکار نه تنها حامل اطلاعات هستند، بلکه در شکل گیری بینش خواننده نسبت به شخصیت ها نیز مؤثرند. افکار، یکی از دو ابزاری اند که به کمک آن ها می توانید بیان شخصیت (نحوه ی چینش واژه ها توسط او) را نشان دهید ابزار دوم، گفت و گو است. (برای اطلاعات بیشتر درباره ی بیان شخصیت، به فصل ۱۲ مراجعه کنید و کمی پیش تر، در همین فصل، قسمت "گفت و گو" را ببینید.)

تک گویی درونی هم، مانند احساسات درونی، فقط برای شخصیت مُشرف به کار می رود و برای شخصیت های دیگر کاربرد ندارد. به سه جمله ی میانی مثال زیر (که هر سه شان تک گویی درونی هستند) توجه کنید:

گلوله ی مذابی از آدرنالین در دلتان می جوشد. آن صدا. شما آن صدا را می شناسید. اما از کجا؟ سرتان را برمی گردانید تا او را ببینید.

تأکید می کنیم که برای اطلاعات بیشتر، خوب است سراغ فصل "تک گویی درونی" در کتاب *Self-Editing for Fiction Writers*، نوشته ی Rennie Browne و Dave King (انتشارات Harper) بروید.



اکنون به نکاتی در زمینه ی نحوه ی نوشتن تک گویی درونی توجه کنید:

✓ تک گویی درونی را فقط برای شخصیت مُشرف به کار ببرید. اگر از زاویه ی دید سوم شخص بی طرف می نویسید، شخصیت مُشرف ندارید. اگر از یکی از زوایای دید دانای کل یا جهنده می نویسید، آنگاه چند شخصیت مُشرف دارید.

✓ برای نوشتن تک گویی درونی مستقیم، در صورت مضارع بودن افکار، از فعل های مضارع استفاده کنید (حتی اگر اصل داستان را در زمان گذشته می نویسید). مثال: "جک با استفاده از دوربین دوچشمی اش ببر را با دقت نظاره کرد. از این جانور متنفرم."

✓ از رسم الخط مورب فقط برای تک گویی درونی مستقیم استفاده کنید، نه نوع غیرمستقیم آن. امروزه بسیاری از نویسندگان اصلاً - حتی برای تک گویی درونی مستقیم - از رسم الخط مورب استفاده نمی کنند. شما در انتخاب سبک نوشتاری خود نسبتاً آزادید، اما سعی کنید ثبات داشته باشید.

✓ هیچ نیازی ندارید عبارت "او فکر کرد" را در تک گویی درونی به کار ببرید خواننده آن قدری باهوش هست که بداند شخصیت مُشرف دارد تک گویی درونی

را در ذهنش انجام می‌دهد.

✓ برای تک‌گویی درونی غیرمستقیم - حتی اگر اصل داستان را در زمان حال می‌نویسید - از فعل‌های ماضی استفاده کنید مثال: "جک با دوربین دو چشمی‌اش بادقت ببر را نظاره کرد. او از آن جانور، که دخترش را کشته بود، نفرت داشت."

✓ تک‌گویی درونی غیرمستقیم را زمانی به کار ببرید که می‌خواهید یک مطلب توضیحی ارائه دهید. در مثال قبلی ما توضیحی درباره‌ی علت تنفر جک از ببر ذکر کرده‌ایم: ببر، دختر جک را کشته بود. آدم‌های واقعی دلایل کارهایشان را برای خودشان توضیح نمی‌دهند، بنابراین چنین حالت توضیحی‌ای با تک‌گویی درونی مستقیم مناسبتی ندارد.

✓ با استفاده از تک‌گویی درونی به خواننده دروغ تحویل ندهید. شخصیت‌های شما باید، تا آنجا که می‌توانند، با خود رورست باشند. اگر با استفاده از تک‌گویی درونی خواننده را فریب بدهید، او به‌شدت خشمگین خواهد شد. اما اگر بدیهی باشد که شخصیت دارد خودش را گول می‌زند، خواننده ناراحت نمی‌شود.

این‌ها تعدادی از رمان‌هایی هستند که به‌خوبی از تک‌گویی درونی استفاده کرده‌اند: سرعت تاریکی، نوشته‌ی الیزابت مون؛ همسر مسافر زمان، نوشته‌ی آدری نیفنگر؛ و دارا و ندار، نوشته‌ی اروین شاول.

توصیف

توصیف در ذهن خواننده تصویری کلامی می‌سازد که به تصاویر فیلم‌ها شباهت زیادی دارد. به بند زیر، که توصیفی است از شخصیت جدیدی که می‌خواهد به شخصیت مُشرف حمله کند، توجه کنید:

موهای سیاهش بلند و چرب است. جای زخمی روی گونه‌ی چپش دارد که امتداد آن در خط ریش خاکستری و ژولیده‌اش گم می‌شود. کت چرم سیاهی به تن دارد که زنجیر استیلی به آن وصل است. در دست راستش یکی از آن چیزهای چوبی مخصوص ورزش‌های رزمی، تاب می‌خورد - نانچیکو؟ مردمک‌هایش به اندازه‌ی دو سکه گشاد شده‌اند و جرمانی از عصاره‌ی تناکو روی ربری ریش چانه‌اش روان است.

به نکاتی درباره‌ی توصیف توجه کنید:

✓ فقط چیزهایی را نشان دهید که شخصیت مُشرف می‌بیند، می‌شنود، می‌بوید، می‌چشد یا لمس می‌کند. در حالت عادی، این یعنی شما نمی‌توانید خود شخصیت مُشرف را توصیف کنید، مگر اینکه او جلوی آینه بایستد. اما اگر از زاویه‌ی دید



سوم شخص بی طرف، دانای کل یا جهنده استفاده کنید، آنگاه مجاز به توصیف هر یک از شخصیت‌ها که بخواهید، هستید.

✓ از اسم‌ها و فعل‌های قوی استفاده کنید. اگر دلتان می‌خواهد صفتی را به کار ببرید، از خود پرسید که آیا اسم بهتری هست که جای آن صفت را بگیرد یا خیر. اگر حس می‌کنید باید از یک قید استفاده کنید، ببینید آیا قید جدی‌تری لازم است یا خیر.

✓ روی جریات ملموسی که چندین مورد از چیزهایی را که می‌خواهید نشان دهید شامل می‌شوند، تأکید کنید.

✓ توصیفات را از صافی ذهن و احساسات شخصیت مُشرف (اگر چنین شخصیتی دارید) عبور دهید تا بیان‌ش شکل بگیرد.

✓ توصیف شخصیت‌های غیر مُشرف را برای نشان دادن افکار و احساسات‌شان (بدون استفاده از ابزارهای ارتباط کلامی) به کار ببرید. حرکات بدن، حالات چهره و لحن صدای آن‌ها همگی عواملی هستند که به بینش و درک خواننده از اندیشه‌ها و احساسات این شخصیت‌ها، گسترش می‌بخشند.

چشم‌انداز: استفاده از حواس شخصیت مُشرف

شما به عنوان یک رمان‌نویس باید زمانی که به توصیف می‌پردازید، مانند فیلمنامه‌نویس‌ها فکر کنید. اگر در صحنه‌ای که دارید می‌نویسید، فقط یک شخصیت مُشرف وجود دارد، فرض کنید که دوربینی به پیشانی او وصل شده است. حالا ببینید که این دوربین چه چیزهایی را نشان خواهد داد و فقط همان چیزها را توصیف کنید. شما اجازه ندارید چیزهایی را که شخصیت مُشرف نمی‌تواند ببیند، بشنود، ببوید، بچشد و لمس کند توصیف کنید.

می‌پرسید چرا چنین محدودیتی برایتان وجود دارد؟ زیرا با محدود کردن خود به حواس شخصیت مُشرف، این توهم را که خواننده و شخصیت مُشرف یک نفر هستند تقویت می‌کنید. محدود بودن شخصیت مُشرفه سبب می‌شود خواننده هم محدود شود.

بعضی از زوایای دید - سوم شخص بی طرف، دانای کل و جهنده - شما را به یک شخصیت مُشرف واحد، محدود نمی‌کنند. در این صورت، باز هم شما باید منطقه‌ی خاصی را به عنوان چشم‌انداز دوربین فیلمبرداری خیالی‌تان انتخاب کنید. با پراندن تصویر دوربین از جایی به جای دیگر، باعث سرگیجه‌ی خواننده‌ها خواهید شد.

در استفاده از توصیف صرفه‌جویی و از اشاره غیرضروری به شخصیت مُشرف خودداری کنید. مثال قبل می‌توانست به این صورت آغار شود:



شما مردی را می‌بینید که موهای سیاهش بلند و چرب است...

واژه‌های اضافه‌ی "شما" و "می‌بینید" هیچ چیزی به صحنه اضافه نمی‌کنند و به همین دلیل هدر رفته حساب می‌شوند. خواننده می‌داند که در این لحظه درون ذهن شخصیت مُشرف قرار دارد و به همین دلیل لازم نیست به او بگویید که عمل دیدن را چه کسی انجام می‌دهد. فقط یک شخصیت است که ممکن است در حال انجام عمل دیدن باشد. تقریباً هرگز نباید به خواننده بگویید که چه کسی در حال دیدن، بوییدن، شنیدن، چشیدن یا لمس کردن است. هیچ کس هیچ وقت با خودش نمی‌اندیشد که "من دارم یک ببر را می‌بینم"، او صرفاً ببر را می‌بیند.

نگاهی به درون: رویکرد شخصیت نسبت به آنچه می‌بیند

رمان‌نویسان امروزی خرده‌های توصیف را به کنش‌های داستانی، گمت و گو، عواطف درونی و نک‌گویی درونی می‌دوزند تا نافتی احساسی و بسیار شخصی بسازند. می‌گوییم شخصی زیرا این بافت نمایانگر حالت درونی شخصیت است، نه حالت حقیقی هستی.

توصیف خود را از صافی ذهن و احساس شخصیت مُشرف (در صورت وجود) بگذرانید و تنها جزئیاتی را ذکر کنید که برای او اهمیت دارند (همان‌طور که در فصل ۶ - که درباره‌ی دنیای داستانی است - گفتیم). شخصیت برای توصیف آنچه می‌بیند از چه واژگانی استفاده خواهد کرد؟ شما هم همان واژه‌ها را به کار ببرید. او چه قضاوت ارزشی‌ای را نسبت به دیده‌هایش روا می‌دارد؟ شما هم از واژگانی استفاده کنید که بار ارزشی قضاوت‌های او را انتقال دهند.



برای مثال، اگر جک دارد به ببری نگاه می‌کند که دخترش را کُشته است، چیزی که می‌بیند ممکن است چنین باشد: "چشمان شوم ببر زیر نور مهتاب درخششی زرد رنگ داشتند." واژه‌ی شوم، قضاوت ارزشی جک از چیزی است که دارد می‌بیند. جک از این دستگاه کُشنده بیزار است. خواننده هم همین‌طور. نیازی هم نیست که این را به خواننده دیکته کنید.

اگر شخصیت مُشرف ندارید، آنگاه باید تصمیم بگیرید که توصیف‌ها را چطور از صافی عبور دهید. آیا آن‌ها را از صافی ذهن و احساس شخصیت محوری عبور خواهید داد؟ یا از صافی نویسنده؟ یا یک راوی دانای کل؟ این روزها دخالت نویسنده یا راوی در داستان چندان رایج نیست. پس پیش از تصمیم‌گیری خوب فکر کنید.

روی سطح: نمایاندن شخصیت‌ها به واسطه‌ی ظاهرشان

شما، به‌عنوان یک رمان‌نویس، نمی‌توانید مستقیماً وارد ذهن شخصیت‌های غیر مُشرف خود شوید تا افکار و احساسات‌شان را با استفاده از تک‌گویی‌های درونی یا بیان فکری

بازگو کنید. اما می‌توانید با استفاده از توصیف، آگاهی خواننده را از افکار و احساسات این دسته از شخصیت‌ها بالا ببرید؛ این صرف‌نظر از آگاهی‌ای است که توصیف می‌تواند نسبت به دیگر اطلاعات شخصیت‌های غیرمُشرف – اعم از پیشینه، الگوهای رفتاری فعلی، گونه‌ی شخصیتی و غیره – به خواننده بدهد.

مثلاً طرز لباس پوشیدن افراد اطلاعات زیادی را درباره‌ی آن‌ها آشکار می‌کند. اصلاح و رسیدگی‌های شخصی هم همین طورند. حالات چهره‌ی او نیز در شناساندن او به مخاطب، تأثیر مضاعفی دارند. بادقت به مثال نگاه کنید و ببینید خواننده‌ها چه چیزهایی درباره‌ی نویسنده‌ی کج‌خلقی که در همایش ادبی به شما حمله می‌کند می‌فهمند:

✓ موهای بلند و چرب و سیاه‌شان از این درند که و یا چندان به ظاهر اهمیت نمی‌دهد یا با این وضع می‌خواهد پیامی را منتقل کند.

✓ جای زخم نشان دهنده‌ی این است که این مرد در یک دعوا شرکت داشته است.

✓ خط ریش‌های ژولیده علناً نشان می‌دهند که او به ظاهرش اهمیتی نمی‌دهد و خاکستری بودن آن‌ها یعنی او در دهه‌ی پنجم عمرش به سر می‌برد.

✓ چرم سیاه و زنجیر، پیام‌های خاص خود را دارند. در اینجا بستری که توصیف در آن واقع شده مهم است: در همایش ادبی، جایی که اکثر نویسنده‌ها می‌کوشند حرفه‌ای و رسمی جلوه کنند، پیامی که این طرز لباس پوشیدن می‌فرستد کاملاً بدیهی و مشخص است.

✓ نانچیکوها مفهومی تهدیدآمیز دارند.

✓ گشادی مردمک‌ها حکایت از مصرف مواد مخدر و احتمال بالای خشونت دارد.

✓ جریان تنباکو یعنی این مرد اعتیاد شدیدی دارد.

✓ ریش زبر روی چانه‌اش داد می‌زند که او “غیرحرفه‌ای” است.

توجه داشته باشید که توصیف معمولاً با کلیشه‌ها همراه است. ما تصمیم گرفته‌ایم که هر کلیشه‌ی ممکن را در اینجا برجسته کنیم. البته ما حق انتخاب داریم. مثلاً اگر به جای کت چرم و زنجیر استیل می‌نوشتیم کت و شلوار و جلیقه‌ی صورتی، با فرستادن پیامی نه‌چندان واضح، رسماً سبب گیجی خواننده می‌شدیم. شمای نویسنده باید تصمیم بگیرد که خواننده چه پیامی از متن دریافت کند (برای نکته‌هایی جهت پرهیز از کلیشه‌پردازی، به فصل ۷ مراجعه کنید).

پیشنهاد می‌کنیم در کتاب *Stein on Writing*، نوشته‌ی Sol Stein (انتشارات St. Martin's Griffin)، فصل “Particularity” را مطالعه کنید تا درباره‌ی توصیف بیشتر بیاموزید.

بعضی از نویسنده‌های توانمند در زمینه‌ی توصیف محیط‌های بیرونی عبارتند از: سر آرتور کنان دویل (مجموعه‌ی شرلوک هولمز)، تام کلسی (شکار اکبر سرخ و دنباله‌های آن) و جیمز سواين (حس مزور و دنباله‌های آن). تعدادی از رمان‌هایی که در آن‌ها توصیف‌های خوبی از شخصیت‌ها ارائه شده عبارتند از: خارجی (دایانا گابالدون)، پدر خوانده (ماريو پوزو) و داستان دو شهر (چارلز دیکنز).

فلش‌بک

فلش‌بک ظرفی است که چیدمان صحنه‌ای در گذشته در آن حای می‌گیرد. فلش‌بک به صورت زنده نشان می‌دهد که «آن موقع» چه اتفاقی افتاد. نشان دادن وقایع زمان گذشته از طریق فلش‌بک، با استفاده از همان شیوه‌هایی انجام می‌شود که در سایر بخش‌های داستان (کنش داستانی، گفت وگو، احساسات درونی، تک‌گویی‌های درونی و توصیف) به کار می‌روند. تنها چیز متفاوتی که در مورد فلش‌بک با آن مواجه هستیم، وجود دو نقطه‌ی انتقالی در زمان - یکی در ابتدا و دیگری در انتهای آن - است.

فلش‌بک یک‌جور چکیده‌ی روایی نیست. فلش‌بک یادآوری ایام قدیم توسط یک شخصیت هم نیست. برخلاف تعلیمات بعضی از شیوه‌های نویسندگی، فلش‌بک جنایتی علیه بشریت نیست. اگر از این ابزار بیش از حد استفاده نکنید، وجود آن گاهی بسیار مؤثر واقع می‌شود.



فلش‌بک را زمانی استفاده می‌کنید که نیاز دارید بخشی از پیشینه را با استفاده از تمام ابزارهای نمایشی‌ای که در اختیار دارید (کنش داستانی، گفت وگو، احساسات درونی، تک‌گویی‌های درونی و توصیف) نشان دهید (در فصل ۷ درباره‌ی پیشینه و دلیل اهمیت آن توضیح کامل داده شده است). البته راه‌های دیگری هم برای انجام این کار وجود دارد. مثلاً می‌توان از چکیده‌ی روایی استفاده کرد. می‌توان کاری کرد که یک شخصیت در خلال گفت وگو، پیشینه‌ی شخصیت دیگر را از زیر زبان او بیرون بکشد. حتی می‌توان اجازه داد یکی از شخصیت‌ها به کمک شواهد مکشوفه - مثلاً یک آلبوم از بریده‌های روزنامه - پیشینه را آشکار کند.

برای استفاده از فلش‌بک به دلیل نیاز دارید. خواننده به این فکر می‌کند که اگر اطلاعات موجود در فلش‌بک این قدر مهم بود، چرا نویسنده تعریف داستان را از زمان وقوع رویدادهای فلش‌بک آغاز نکرده است؟ به‌وضوح در خلال داستان توضیح دهید که چرا این فلش‌بک اهمیت دارد. مثلاً اگر چیزی ۲۰ سال قبل از آغاز این داستان رخ داده است، بهتر است آن را در فلش‌بک ذکر کنید به جای اینکه داستان تمام وقایع این ۲۰ سال را شرح دهید.





خواننده تا زمانی که شخصیت برایش مهم نشده باشد، به پیشینه‌ی او اهمیتی نخواهد داد. بنابراین استفاده از فلش‌بک را به‌زمانی موکول کنید که خواننده به‌طور کامل در قالب شخصیت مُشرف فرو رفته باشد. اما پس از اینکه همذات‌پنداری خواننده با شخصیت مُشرف به حد کافی رسید، فلش‌بک ابزار بسیار خوبی برای نشان دادن پیشینه‌ی او خواهد بود؛ البته به‌شرطی که در استفاده از آن اعتدال را رعایت کنید.

در ادامه مثالی را ذکر می‌کنیم که در آن چند بند به فلش‌بک اختصاص داده شده است. ببینید انتقال زمانی آغاز و پایان فلش‌بک به چه نحو انجام می‌شود. همچنین دقت کنید که در بند اول فلش‌بک، زمان فعل‌ها به گذشته تغییر می‌کند. در جملاتی که بعد از فلش‌بک می‌آیند، زمان فعل‌ها به مضارع بازمی‌گردد:

عصاره‌ی تنباکو خاطره‌ای از همین همایش ادبی را به یاد می‌آورد؛ دقیقاً یک سال پیش. شما زیر درختی قدم می‌زدید و هر پنج ثانیه یک بار به ساعت مچی‌تان نگاه می‌کردید و منتظر زمان ملاقات خود با یک ویراستار رده‌بالا بودید. نسخه‌ی فصل‌های زمان‌تان از شدت عرق دست‌تان نم کشیده بود.

”پسر چقدر داغونی!“ این را کسی در پشت سرتان گفت. ”لابد منتظر یه ویراستاری؟“

سرتان را برمی‌گردانید و مردی را می‌بینید که درست مثل کلیشه‌های همیشگی آدم‌خلاف‌های فیلم‌های آبکی است. لبخند محوی به او می‌زنید: ”آره، یکم استرس دارم.“

”داستانت راجع به چیه؟“ تفاله‌ی تنباکو را به سمت ریشه‌ی درختی که کنار شماست تف می‌کند.

بوی تند تنباکو باعث می‌شود تن‌تان مور مور شود. ”دارم یک زمان رمزآلود می‌نویسم. درباره‌ی راننده اتوبوسیه که خواب می‌بینم قراره به شهربازی دیزنی‌لند حمله بشه، درست همون طوری که قبل از ۱۱ سپتامبر خواب دیده بود.“

چشم‌هایش برق می‌زنند. ”جدی؟ پسر، ینا عین خواباییه که من تازگی‌ها می‌بینم. تو داستانت راجع به کره‌ی شمالی هم نوشتی؟ و عوامل ای تی اف (ATF)؟“

”ای تی اف؟“ می‌دانید که این حروف اختصاری را قبلاً یک جایی دیده‌اید اما ذهن‌تان الان درست کار نمی‌کند.

”الکل، تنباکو، فشفشه! مظلوم ار فشفشه، سلاح گرمه.“ دوباره تف می‌کند. ”مواظب باش رفیق، اونا اینجا توی همایش هم هستن. بیا گذاشتن. الان سرت رو برنگردون، اما اون بالا توی بالکن، یکی داره ما دوربین زاغ سیاه ما رو چوب می‌زنه.“

شما برمی‌گردید و نگاه می‌کید. مأموری روی بالکن نمی‌بینید. وقتی سرتان

را برمی گردانید می بینید دوست جدیدتان غیب شده است. انگار دود شده و به هوا رفته. اصلاً آیا او وجود داشت؟ تنها چیزی که این موضوع را ثابت می کند عصاره‌ی تنباکویی است که پای درخت ریخته.

حالا پس از یک سال، او برگشته و به‌چالاکی یک گربه به‌سوی شما می‌آید، نانچیکوهایش را در هوا تاب می‌دهد و چهره‌اش را باخشم در هم کشیده است.

قسمت سخت فلش‌بک، لحظه‌ی آغاز و پایان آن است. هدف شما این است که انتقال تمیزی در زمان انجام دهید.

ورود به فلش‌بک

برای وارد شدن به فلش‌بک، شما باید سه کار را به‌ترتیب انجام دهید:

۱. آشکارا به خاطره‌ی مربوطه اشاره کنید.

در مثال ما این کار توسط جمله‌ی "عصاره‌ی تنباکو خاطره‌ای از همین همایش ادبی را به‌یاد می‌آورد؛ دقیقاً یک سال پیش." انجام می‌شود. توجه کنید که ما از (عصاره‌ی تنباکو) به‌عنوان ابزاری حسی، در هر دو طرف فلش‌بک استفاده کرده‌ایم که این کار، یکی از فنون رایج است.

۲. صحنه‌ی جدید را درست مثل یک صحنه‌ی عادی آغاز کنید، اما زمان فعل‌های آن را متفاوت با زمان فعل‌های بقیه‌ی متن انتخاب کنید.

در مثال ما، صحنه‌ی جدید بلافاصله با این جمله آغاز می‌شود: "شما زیر درختی قدم می‌زدید و هر پنج ثانیه یک‌بار به ساعت مچی‌تان نگاه می‌کردید و منتظر زمان ملاقات خود با یک ویراستار رده‌بالا بودید." این هم همان شخصیت مُشرف صحنه‌ی قبل است، اما اکنون موقتاً - به‌جای فعل‌های مضارع صحنه‌ی اصلی - از فعل‌های ماضی استفاده می‌شود.

۳. پس از اینکه انتقال زمانی به گذشته را انجام دادید، به زمان اصلی داستان برگردید.

اگر زمان فعل‌های صحنه‌ی اصلی ماضی بوده باشد، این کار مانع می‌شود که به اجبار در تمام مدت فلش‌بک از فعل‌های ماضی بعید استفاده کنید.

این تمام چیزی بود که باید درباره‌ی ورود به فلش‌بک بدانید. حالا فلش‌بک را تا پایان آن ادامه دهید.

بازگشت به داستان اصلی



برای خروج از فلش بک، مراحل مربوط به ورود به آن را برعکس انجام دهید.

۱. اگر امکانش هست، به ابزار حسی ای که در ورود به فلش بک به کار بردید برگردید.

در مثال ما، ابزار حسی در این جمله دوباره به کار رفت: "تنها چیزی که این موضوع را ثابت می کند عصاره ی تنباکویی است که پای درخت ریخته."

۲. با یک اشاره ی زمانی، خواننده را به زمان حال برگردانید.

در مثال ما، این انتقال زمانی با این عبارات انجام می شود: "حالا پس از یک سال، او برگشته و به چالاکی یک گربه به سوی شما می آید، نانچیکوهایش را در هوا تاب می دهد و چهره اش را با خشم در هم کشیده است."

حالا شما کاملاً به زمان حال - که آن را موقتاً ترک کرده بودید - برگشته اید و آماده اید که صحنه را جلو ببرید و آن را کامل کنید.

فلش بک راه خوبی برای بیان تکه های بزرگی از پیشینه ی شخصیت هاست. سعی کنید در گذار زمانی خود خلاقیت به خرج دهید. در مجموعه ی هری پاتر از قدح اندیشه - ظرفی جادویی که خاطره ها در آن ثبت می شوند - برای انتقال خاطرات پروفیسور دامبلدور و اسنیپ به هری پاتر استفاده می شود. هر سرک کشیدنی به داخل این قدح یک فلش بک است که آگاهی هری پاتر را نسبت به مسائل مهم دنیای اطرافش افزایش می دهد؛ جهانی که او برای به خاطر سپردن اش خیلی جوان است.



Sol Stein فصل کاملی از کتاب *Stein on Writing* (انتشارات St. Martin's Griffin)، را به فلش بک اختصاص می دهد.

توصیه ی ما به شما این است که در استفاده از فلش بک - خصوصاً در اوایل داستان - احتیاط کنید. بعضی از رمان هایی که فلش بک در آن ها نقش مهمی دارد عبارت اند از: مردی از سن پترزبورگ، نوشته ی کین فاولت و هری پاتر و چاله های مرگبار، به قلم جی کیسی رولینگ. هر دوی این کتاب ها استفاده از فلش بک را تا جایی که ممکن است به تعویق انداخته اند تا مطمئن شوند که پیش از این کار، خواننده به خوبی در دنیای داستانی وارد شده است.

چکیده‌ی روایی و دیگر گونه‌های تعریف

چکیده‌ی روایی، شرح و توصیف خارجی، ابراری هسسد که بیشتر برای تعریف و بازگو کردن بخشی از داستان به کار می‌روند تا نشان دادن آن. به مقایسه‌ای از این ابرار نگاه کنید:

✓ **چکیده‌ی روایی:** چکیده‌ی روایی یعنی بازگو کردن بخشی از داستان به وسیله‌ی خلاصه کردن وقایعی که در بازه‌ی زمانی خاصی اتفاق افتاده است. در چکیده‌ی روایی، نویسنده به نشان دادن لحظه‌به‌لحظه‌ی وقایع نمی‌پردازد. شما می‌توانید از چکیده‌ی روایی برای خلاصه کردن کنش داستانی، گفت و گوها، افکار، احساسات و توصیف‌ها استفاده کنید. به مثالی از چکیده‌ی روایی توجه کنید:

”جرج اسمایلی، شش میل ریز مه لندن پیاده‌روی کرد و به این فکر کرد که چطور می‌تواند دشمن برگش، کارلا، را به دام بیندازد“

✓ **شرح:** نویسندگان بین چکیده‌ی روایی و شرح، که توضیح بعضی از حقایق است، تمایز قائل‌اند. به مثالی توجه کنید:

”کارلا رئیس مزور دفتر مرکزی کا.گ.ب در مسکو بود، مردی که با تطمیع همکار اسمایلی، بیل هییدن، از او یک جاسوس دوجانبه ساخته بود“

✓ **توصیف خارجی:** نویسندگان، توصیف خارجی را ابزاری متفاوت با چکیده‌ی روایی می‌دانند. توصیف خارجی، توصیف صحنه، شخص، یا چیزی است که از بیرون از ذهن شخصیت‌ها دیده می‌شوند. به یک مثال دقت کنید:

”نور ساطع از یک تیر چراغ برق در میان مه غلیظ خیابانی دور افتاده در حومه‌ی لندن می‌درخشید.“

از آنجا که اشاره‌ی مدام به تک‌تک این ابزارها می‌تواند اعصاب خرد کن باشد، ما اغلب از عبارت کلی‌تر چکیده‌ی روایی استفاده می‌کنیم. اما ممکن است اشاره‌ی اصلی‌مان به یکی یا تمام موارد بالا باشد.

یکی از موارد مهمی که باید در مورد چکیده‌ی روایی به یاد داشته باشید این است که قانون ”نشان بده، اما بازگو نکن“ را زیر پا می‌گذارد. آخر چرا شما باید چنین کاری کنید؟ مگر نشان دادن وقایع کلید طلایی اهدای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده (از طریق قرار دادن او در قالب شخصیت مشرف) نبود؟

چکیده‌ی روایی چه سودی برای شما دارد که استفاده از آن را توجیه می‌کند؟ به چند پاسخ نگاه کنید:

✓ چکیده‌ی روایی راه سریع و کارآمدی برای انتقال اطلاعات و عقاید است. شما که واقعاً نمی‌خواهید همه‌ی جزئیات زندگی شخصیت‌ها را نشان خواننده بدهید؛



ترجیح تان این است که مواردی را که داستان را به پیش نمی برند به صورت فشرده بیان کنید تا قادر باشید روی چیزهایی تمرکز کنید که در ادامه ی روند داستان تأثیر مهمی دارند. چکیده ی روایی به شما اجازه می دهد زمان (و فضای) قابل توجهی را با سرعت پوشش دهید و در این حین توالی بلندی از رویدادها را خلاصه کنید. چکیده ی روایی باعث می شود مسائلی که نشان دادن شان کسل کننده است، به چابکی و سادگی بیان شوند.

✓ شما باید به سرعت و آهنگ نوشتارتان تنوع بدهید. چکیده ی روایی - پس از صحنه ای سنگین و پر افت و خیز - به خواننده اجازه می دهد استراحت کند.

مثال ما شامل دو بند چکیده ی روایی است که مانند پلی ما را از داستانی هیچ گرا عبور می دهد و به جایی می برد که در آن می توانیم به بحث درباره ی ابزارهای اصلی خلق صحنه های داستانی بپردازیم. در ادامه بندهای واپسین صحنه ای را که در طول این فصل خلق کرده ایم، خواهید خواند. هر دوی این بندها چکیده ی روایی هستند:

با نزدیک شدن او، متوجه می شوید که شما عملاً همه ی ابزارهای اصلی ای را که نویسنده برای "نشان دادن" یک صحنه به کار می برد تجربه کرده اید. کارتان با کمی کنش آغاز شد، بعد گفت و گو داشتید، احساسات و تک گویی درونی را تجربه کردید و به توصیف نیز پرداختید. سپس در زمان سفر کردید و وارد یک فلش بک شدید و بعد از آن خارج شدید. بالاخره وقت آن رسیده است که با استفاده از چکیده ی روایی، اندکی صحنه را خلاصه کنید.

در همین اثنا که نانچیکوها به طرف سرتان پرواز می کنند، با خود فکر می کنید که تنها نویسندگان واقعی، در آستانه ی کتک خوردن از یک آدم خلاف کار، زندگی واقعی خود را در قالب اصول داستان نویسی تحلیل می کنند. مثل اینکه شما یک نویسنده ی واقعی هستید.

در ادامه تعدادی از نکات مفید برای نوشتن چکیده ی روایی را فهرست کرده ایم:



✓ **اختصار را رعایت کنید.** هرچه چکیده ی روایی کوتاه تر باشد، خواننده رضایت بیشتری خواهد داشت. خواننده به دنبال حقایق نیست. او می خواهد از خواندن داستان یک تجربه ی احساسی داشته باشد. پس همان چیزی را به او بدهید که به خاطرش کتاب را خریده است.

✓ **از اطلاعات جالب استفاده کنید.** اگر می خواهید خواننده به خوبی در چکیده ی روایی شما تأمل کند، سعی کنید آن را به جالب ترین شکل ممکن بنویسید. مطالب عجیب یا عاف لگیرکننده همیشه برای خواننده جالب اند. همچنین اطلاعات حیاتی ای که رازهای شخصیت ها و دنیای داستانی را توضیح می دهند بسیار مورد

توجه خوانندگان قرار می‌گیرند. جرئیات واضح و ملموس، تصاویر حسی‌ای خلق می‌کنند که مورد پسند مخاطب قرار خواهند گرفت.

✓ بیانی شیوا داشته باشید. اگر بتوانید واژه‌ها را طوری کنار هم بچینید که جملاتی گیرا، متفاوت و سرگرم‌کننده خلق شوند، خواننده با شما همراه خواهد شد.

✓ اگر می‌توانید، زیبا بنویسید. وقتی چکیده‌ی روایی به طرز خارق‌العاده‌ای ریبا باشد، خواننده‌ها از خواندن آن عذاب نمی‌کشند. نویسندگان رمان‌های ادبی نسبت به رمان‌نویس‌های بازاری، بیشتر از چکیده‌ی روایی استفاده می‌کنند؛ تنها دلیلی که باعث می‌شود استفاده‌ی مصاعف از این عنصر نوشتاری آثارشان را کسل‌کننده جلوه ندهد، نثر زیبای آن‌هاست. اما یادتان باشد که خیلی از خواننده‌ها - صرفاً به خاطر بی‌علاقگی نسبت به چکیده‌ی روایی - برای رمان‌های ادبی اهمیت چندانی قائل نیستند؛ فرقی هم نمی‌کند که نثر این رمان‌ها چقدر زیبا یا فوق‌العاده باشد.

معمولاً نویسندگان تازه کار، بیش از حد، از چکیده‌ی روایی استفاده می‌کنند. به همین دلیل است که ما مدام در این باره به شما هشدار می‌دهیم. اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده از طریق چکیده‌ی روایی واقعاً دشوار است. اکثر اوقات بهتر است روی مفهومی حسی تمرکز کنید و آن را با استفاده از کش، گفت و گو، عواطف و تک‌گویی‌های درونی، توصیف و فلش‌بک به تصویر بکشید. اما چکیده‌ی روایی نیز به‌عنوان پلی که شکاف‌های رمانی یا مکبی را پر می‌کند، سودمند است. به کمک این عامل، می‌توانید به خواننده اطلاعات بدهید، عقاید خاصی را به او اعلام کنید، یا صرفاً در آهنگ نوشتار متن تنوعی بیافرینید. وقتی از چکیده‌ی روایی استفاده می‌کنید، سعی کنید بیشترین تأثیر را توسط آن ایجاد کنید.

رمان‌های زیادی هستند که در آن‌ها مقدار مناسبی از چکیده‌ی روایی استفاده شده است. نمونه‌های محبوب ما عبارت‌اند از: پدرخوانده، نوشته‌ی ماریو پوزو؛ ماجرای عجیب سگی در نیمه‌شب، نوشته‌ی مارک هَدِن؛ بادبادک‌باز، نوشته‌ی خالد حسینی؛ دختری با گوشواره‌ی مروارید، نوشته‌ی تریسی چِوالِیِر؛ و روز شغال، نوشته‌ی فردریک فورسیث.

پیشنهاد می‌کنیم فصل "Show and Tell" را از کتاب *Self-Editing for Fiction Writers*، نوشته‌ی Rennie Brown و Dave King (انتشارات Harper) مطالعه کنید تا اطلاعات بیشتری درباره‌ی زمان مناسب برای استفاده از چکیده‌ی روایی به‌دست آورید.

راز به تصویر کشیدن

در ابتدای این فصل، به تفصیل درباره‌ی هنر به نمایش درآوردن صحبت کردیم و قسمت‌های مختلف آن را هم با دقت مورد مطالعه قرار دادیم. اما داستان چیزی فراتر از چکیده‌ی بخش‌هایش است. برای سرهم کردن اجزای داستان، هم راه‌های درست وجود دارند و هم راه‌های نادرست. شما باید داستان را به شکلی پی‌ریزی کنید که چنین باشد:

✓ قابل درک: در زندگی واقعی همه چیز در یک لحظه رخ می‌دهد. شما باید کلاف وقایع لحظه‌ای را طوری از هم باز کنید که بتوانید به کمک آن‌ها جریانی از کلام بیافرینید که در وهله‌ی اول بر یک شخصیت و بعد بر شخصیتی دیگر تمرکز دارد؛ به گونه‌ای که ترکیب کنش‌ها در نظر خواننده منطقی جلوه کند.

✓ بیدار کننده‌ی احساسات: باید این توهّم را در خواننده ایجاد کنید که او خودِ شخصیت مُشرف است (یا شخصیت محوری، در صورت نبود یا تعدد شخصیت‌های) مُشرف).

✓ باورپذیر: باید طوری بنویسید که خواننده به روابط علت و معلولی دنیای داستان‌تان ایمان بیاورد. اما در عین‌حال نباید روند داستان قابل پیش‌بینی باشد.

گنجانیدن تمام این ویژگی‌ها در یک اثر داستانی کار دشواری است. به همین دلیل است که می‌گوییم، داستان‌نویسی فنی است که باید در آن به درجه‌ی استادی برسید. در این قسمت، به شما نشان خواهیم داد که از نظر ما مهم‌ترین فنون نویسندگی کدامند. حتی اگر هیچ‌یک از دیگر شیوه‌ها و فنون نویسندگی را فرا نگرفتید، این مهارت‌ها را حتماً به حد کمال برسانید.

در آوردن ته و توی همه چیز

رمان‌نویس‌های امروزی داستان خود را به روش دیمی بازگو یا ارائه نمی‌کنند. داستان‌نویسی الگویی دارد که شما آن را پیش‌تر در قسمت گفت وگو یاد گرفتید. در گفتگو شما نشان می‌دهید که افراد - یکی پس از دیگری - صحبت می‌کنند. هر گوینده، بند مخصوص به خود را دارد و در آن بند، دیگری حق صحبت ندارد. اگر یک شخصیت حرف شخصیت دیگری را قطع کند، آنگاه صحبت‌های شخصیت اول به‌طور ناگهانی قطع می‌شود، زیرا نمی‌توانید اجازه دهید حرف‌های دو شخصیت روی هم چاپ شود.

اما زندگی واقعی این‌طور نیست. در گفت وگوهای واقعی بین افراد، کاملاً ممکن است دو یا سه نفر به‌طور همزمان با هم حرف زنند. مغز شما اغلب قادر است چنین وضعی را اداره کند و دنباله‌ی حرف گوینده‌ی متعدد را بگیرد. اما اگر مغزتان هم گیج یا خسته شود، گوش‌تان همچنان تمام صداها را به‌صورت همزمان می‌شنود. این حالت

را نمی‌توان در گفت‌وگو نویسی پیاده کرد و به همین دلیل نویسنده‌ها صحبت‌های هر گوینده را در یک بند محزا ذکر می‌کنند. خواننده صرفاً نمی‌تواند تحمل کند در رمانی که می‌خواند "همه با هم حرف بزنند". این حالت درباره دیگر شیوه‌های به تصویر کشیدن داستان هم صدق می‌کند.



نویسنده‌ی رمان امروزی سعی نمی‌کند نشان دهد که "در یک لحظه چه اتفاقاتی می‌افتد"، "همه در آن واحد چه احساسی دارند" یا اینکه "همه با هم در یک لحظه به چه فکر می‌کنند". به جای این کار، او تلاش می‌کند به هر یک از شخصیت‌ها نوبت بدهد تا در یک یا چند بند، از خود کنش نشان دهند، حرف بزنند، احساس کنند، فکر کنند و ببینند.

این بند یا بندها در داستان، یک واحد را شکل می‌دهند؛ پایین‌ترین لایه‌ی پیچیدگی پی‌رنگ. حالا برای این واحد از داستان به یک اصطلاح تکنیکی نیاز داریم. از آنجا که به نظر می‌رسد چنین اصطلاح تکنیکی‌ای وجود نداشته باشد، ما خودمان یکی درست می‌کنیم. برای این کار از یک کلیپ فیلم (بخش کوتاهی از یک فیلم) به عنوان تمثیل استفاده می‌کنیم. کلیپ فیلم توالی‌ای از فریم‌های ویدئویی است.

در اینجا، کلیپ به منزله‌ی توالی‌ای از جملات متمرکز بر یک شخصیت به خصوص است که ترکیبی از کنش داستانی، گفت‌وگو، عواطف و تک‌گویی‌های درونی و توصیف را شامل می‌شود.

این یک کلیپ نمونه است که فقط شامل گفت‌وگو می‌شود: گدالف گفت: "تو باید حلقه‌ی قدرت را به درون شکاف‌های کوه اهریمن پرتاب کنی"

این کلیپ نمونه‌ای است که در آن کنش، گفت‌وگو و تک‌گویی درونی با هم به کار رفته‌اند: فرودو تلوتلوخوران کناره‌های کوه اهریمن را بالا رفت. "سم، تقریباً رسیدیم." آیا این ورودی کوه اهریمن بود؟

حالا به مثالی توجه کنید که در آن، کلیپ ترکیبی از توصیف، کنش و گفت‌وگو را در برمی‌گیرد: گالوم، که با انگشتان دراز و زاویه‌دارش چشم‌هایش را از نور خورشید محافظت می‌کرد، به غار چشم دوخت و غرولند کنان به سمت فرودو جهید. "گنج من!"

کلیپ می‌تواند هر چند بندی را که دوست دارید شامل شود. در صحنه‌های دارای بیش از یک شخصیت، کلیپ به ندرت از حدود سه سد فراتر می‌رود، زیرا تمرکز کلیپ اساساً باید بر یک شخصیت باشد. (این تعریفی است که ما از کلیپ داریم) به محض اینکه سراغ شخصیت جدیدی بروید، کلیپ تازه‌ای را آغاز کرده‌اید.

بنابراین اکثر صحنه‌ها دارای چندین کلیپ هستند، زیرا معمولاً در آن‌ها دو یا چند



شخصیت وجود دارد که چندین بار به تعامل با هم می پردازند.

نکته ی کلیدی ای که باید به خاطر بسپاریم این است که هر کلیپ روی یک شخصیت واحد تمرکز دارد. انتقال تمرکز نوشتار به شخصیتی جدید به معنای پایان یک کلیپ و آغاز کلیپی جدید است. این موضوع برای نوشتن صحنه های متمرکز جنبه ی حیانی دارد.

شناخت دو گونه ی کلیپ

نویسندگان - با توجه به تمرکز داستان روی شخصیت مُشرف، یا غیرمُشرف - ممکن است از دو نوع کلیپ استفاده کنند. به یاد داشته باشید که خواننده، شخصیت مُشرف را از درون می بیند و به افکار و احساسات آن شخصیت دسترسی مستقیم دارد. اما از آنجا که خواننده شخصیت غیرمُشرف را از بیرون می بیند، تصویری که از او در اختیار دارد، "جنبه ی عمومی" دارد. به همین دلیل کلیپ های مربوط به این دو نوع شخصیت از هم تمایز داده می شوند:

✓ **کلیپ شخصی:** تمرکز این نوع کلیپ بر شخصیت مُشرف است و در آن به افکار و احساسات این شخصیت دسترسی وجود دارد. در این نوع کلیپ، خواننده دنیا را از طریق کنش ها، گفت وگوها، عواطف و تک گویی های درونی خصوصی شخصیت مُشرف (یعنی از باطن او) می شناسد.

✓ **کلیپ عمومی:** این گونه ی کلیپ بر شخصیت غیرمُشرف تمرکز یافته است و در آن فقط می توان دیدگاه های عمومی و بیرونی شخصیت را فهمید. خواننده نمود بیرونی کنش ها، گفتگوها و توصیفات شخصیت را می بیند. البته ممکن است بتواند افکار و احساسات شخصیت را از روی حالات چهره و حرکات بدن او حدس بزند اما هرگز نمی تواند با اطمینان بداند درون شخصیت چه می گذرد.

ما پس از سال ها تجربه ی نویسندگی و تدریس آن، به این باور رسیده ایم که مهم ترین راز نوشتن داستان های عالی، کسب بیشترین مهارت در نوشتن کلیپ هاست (هم کلیپ شخصی و هم عمومی). وقتی در صحنه ای که می نویسید دو نوع شخصی و عمومی کلیپ را به تناوب به کار ببرید، خواننده زندگی را درست مثل شخصیت مُشرف تجربه می کند. کلیپ های شخصی به خواننده نشان می دهند درون شخصیت مُشرف چه می گذرد. کلیپ های عمومی هم به خواننده نشان می دهد که شخصیت مُشرف چه می بیند و دیگران در حال انجام چه کارهایی هستند.



شما هم دقیقاً جهان را به همین صورت تجربه می کنید. زندگی خصوصی شما پر از افکار و احساسات پیچیده ی است که قدر به در میان گذاشتن آن ها با جهان بیرون نیستید؛ حتی اگر با حرکات و حرف هایتان تلاش کنید آن ها را نشان دهید. می توانید

سعی کنید با استفاده از اطلاعاتی که دیگران به صورت عمومی - با استفاده از رفتار، گفتار و حالات چهره - عرضه می کنند، آن‌ها را درک کنید، اما همیشه موفق نمی شوید.

اگر شخصیت مُشرف دارید، با نوشتن داستانی که در آن از هر دو نوع کلیپ استفاده می شود، خواننده را میهمان احساسی خارق العاده می کنید؛ او حس می کند که شخصیت مُشرف داستان شماست. اما اگر شخصیت مُشرف ندارید، خواننده فقط کلیپ‌های عمومی تمام شخصیت‌های داستان را خواهد دید و به این ترتیب داستان شما حالتی سینمایی پیدا خواهد کرد.



نوشتن کلیپ‌های عمومی

نوشتن یک کلیپ عمومی کار ساده‌ای است. کلیپ عمومی هر چیزی را که شخصیت مُشرف می بیند، می شنود، می بوید، می چشد، یا لمس می کند به خواننده نشان می دهد. از آنجا که خواننده می داند شخصیت مُشرف همان کسی است که عمل دیدن، شنیدن، بویدن، چشیدن، یا لمس کردن را انجام می دهد، شما نیازی ندارید این مسئله را به خواننده گوشزد کنید. تنها کاری که باید انجام دهید، نشان دادن درون‌داد حسی است.

برای نوشتن کلیپ‌های عمومی می توانید هر ترکیبی از این سه ابزار را به کار ببرید:

✓ کنش

✓ گفت و گو

✓ توصیف

متن مثال خود را دقیقاً از همان جایی که در قسمت "فلش بک" تمام شد، ادامه می دهیم و برای آن کلیپ عمومی‌ای می نویسیم که بر دشمن شما تمرکز یافته است. تا این لحظه، در صحنه‌ی نمونه‌ی خود عموم از یک یا دو ابزار استفاده کردیم؛ اول کنش و بعد یکی از موارد گفت و گو، احساسات درونی، تک‌گویی درونی و توصیف. حالا می‌خواهیم چند مورد را ترکیب کنیم و تطبیق دهیم تا یک کلیپ عمومی طبیعی‌تر خلق کنیم. این کلیپ با گفت و گو شروع می‌شود، سپس از کنش بهره می‌گیرد، بعد کمی توصیف ارائه می‌دهد؛ هر سه‌ی این موارد، عناصری رایج در کلیپ‌های عمومی هستند:

"هیچ‌کس حق نداره از من ایده بدزده" رقیب‌تان به چابکی به سوی شما می‌آید، نانچیکوهایش را در هوا تاب می‌دهد و چهره‌اش در هم و آخمالود است. روی برچسب عنوان مخصوص همایش، که بر سینه‌ی او چسبانده شده، این عبارات به چشم می‌خورند: "سلام! اسم من هست: هک مور."

نوشتن کلیپ های شخصی

نوشتن کلیپ شخصی کار پیچیده تری است، زیرا شما از طریق آن به خواننده نشان می دهید که درون و بیرون ذهن شخصیت مُشرف چه می گذرد. کلیپ شخصی به خواننده نشان می دهد که شخصیت چه می کند، چه می گوید، چه احساسی دارد و به چه چیزی می اندیشد. این نوع کلیپ معمولاً آنچه شخصیت مُشرف می بیند، می شنود، می بوید، می چشد و لمس می کند را نشان نمی دهد. (این موارد معمولاً در کلیپ های عمومی ظاهر می شوند که بر شخصیت دیگری تمرکز دارد.)

عملکرد کلیپ های شخصی به زاویه ی دید انتخابی شما بستگی دارد. در فصل ۷ درباره ی زاویه ی دید توضیح داده ایم. حالا نشان تان می دهیم که زوایای دید در قالب کلیپ عمومی جواب می دهند (یا حیر):

✓ **اول شخص:** این مورد یک زاویه ی دید رایج است که برای آشنا شدن با نحوه ی نوشتن کلیپ های عمومی بسیار مناسب است. در زاویه ی دید اول شخص، ماندن درون ذهن شخصیت مُشرف آسان تر است. فقط باید به خواننده نشان دهید "من چه می کنم، چه می گویم، چه احساسی دارم و به چه می اندیشم."

✓ **سوم شخص:** این زاویه ی دید، ظاهراً به خاطر علاقه ی خوانندگان به آن، رواج بیشتری نسبت به سایرین دارد و برای کلیپ های شخصی هم مناسب است. باید خودتان را به نحوی محدود کنید که فقط افکار و احساسات شخصیت مُشرف - و نه هیچ کس دیگر - را بیان کنید؛ با وجود این محدودیت، کسب مهارت در نوشتن کلیپ شخصی در این زاویه ی دید کار بسیار آسانی است.

✓ **سوم شخص بی طرف:** این زاویه ی دید چندان متداول نیست زیرا به نویسنده اجازه نمی دهد وارد ذهن شخصیت محوری داستان شود. در این زاویه ی دید، شما خود را به رفتار و گفتار شخصیت محوری و نیز به توصیف حالات چهره اش محدود می کنید. این یعنی در زاویه ی دید سوم شخص بی طرف، نوشتن کلیپ های شخصی به هیچ عنوان ممکن نیست. در چنین زاویه ی دیدی، شما باید تمام داستان تان را، برای تمام شخصیت ها، در قالب کلیپ های عمومی بنویسید. چنین محدودیتی سنگین به نظر می رسد و شاید باعث شود بخواهید از زاویه ی دید سوم شخص معمولی استفاده کنید.

✓ **جهنده:** مدرسان نویسندگی معمولاً تلاش می کنند شاگردان خود را از استفاده از این زاویه ی دید منصرف کنند. علت این امر این است که در این زاویه ی دید، شما محرید که کلیپ شخصی را برای هر شخصیتی که می خواهید به کار ببرید. هیچ شخصیت خاصی در صحنه ای که می نویسید وجود ندارد تا خواننده بتواند با او به طور ویژه همدات پنداری کند. این موضوع سبب می شود خواننده نتواند

از فکر اینکه خود او هم یکی از شخصیت‌های داستان است لذت ببرد؛ و شما به‌عنوان نویسنده باید تلاشی مضاعف به خرج دهید تا خواننده چنین حسی را تجربه کند. آیا ارزشش را دارد، آن هم وقتی می‌توانستید زاویه‌ی دید متفاوتی را برگزینید که به یک شخصیت محدودتان می‌کرد، خودتان قضاوت کنید.

✓ **دانای کل:** بسیاری از مدرسان نویسندگی از این زاویه‌ی دید نفرتی بی‌بدیل دارند و دلیل این تنفر با دلیل بی‌علاقگی‌شان به زاویه‌ی دید جهنده یکی است. در این زاویه‌ی دید، نه‌تنها می‌توان کلیپ‌های شخصی را برای هر شخصیتی نوشت، بلکه می‌توان زاویه‌ی دید را به یک جایگاه حداگونه انتقال داد. احتمال اینکه خواننده‌ها ندای اناالحق سر داده باشند بسیار کم است و به همین دلیل، زاویه‌ی دید دانای کل، کار شما را دشوار می‌کند. به‌علاوه، در این زاویه‌ی دید، نویسنده وسوسه می‌شود از چکیده‌ی روایی بیشتر استفاده کند و به‌جای نشان دادن داستان، آن را بازگو کند. اما خاطرنشان می‌کنیم که نوشتن رمانی خوب در زاویه‌ی دید دانای کل ممکن است؛ اگر مهارت کافی برای مدیریت آن داشته باشید.

✓ **دوم‌شخص:** این مورد نادرترین زاویه‌ی دید انتخابی است، زیرا نویسنده باید همواره خواننده را قانع کند که اگر او هم جای شخصیت داستان بود، همان کارها را می‌کرد. اگر از پس این کار برآید (در این فصل درباره‌ی این زاویه‌ی دید به اختصار صحبت کردیم)، آنگاه تمام امتیازات زاویه‌ی دید اول‌شخص را خواهید داشت. در این صورت رعایت نظم داستانی و نوشتن کلیپ‌های شخصی‌ای که نشان می‌دهند "شما چه می‌کنید، چه می‌گویید، چه احساسی دارید و به چه می‌اندیشید" کار آسانی خواهد بود.

می‌توانید در کلیپ‌های شخصی هر یک از این چهار ابزار را به کار ببرید:

✓ کنش داستانی

✓ گفت و گو

✓ احساسات درونی

✓ تک‌گویی درونی

شما باید بتوانید در کلیپ‌های شخصی، بر یک نوع پیچیدگی اشراف داشته باشید و از پس آن برآیید: ترتیب، کنش، گفت و گو و تک‌گویی درونی معمولاً در زندگی واقعی کمی زمان می‌برند (حداقل نیم ثانیه و در اکثر موارد بیشتر از آن). این‌ها فعالیت‌هایی مستدل هستند و به کار افتادن ذهن خردمند انسان کمی وقت می‌برد. البته استثناهایی نیز در این موارد وجود دارد و آن کنش یا گفت‌وگوهای انعکاسی است. سرعت وقوع چنین واکنش‌هایی بسیار بالاست؛ به یک اجاق داغ دست برنید و ببینید که چطور دست‌تان

در کسری از ثانیه به عقب می پرد و ثانیه ای بعد، ناخودآگاه فریاد غیرارادی و کوتاهی از درد از گلویتان برمی خیزد. این ها واکنش های نامستند هستند و به همین دلیل می توانند سریع تر بروز کنند. احساسات درونی اغلب سریع تر از این برور می کنند. اگر یک ببر وحشی از پنجره به درون منزل شما بپرد، خیلی پیش تر از آنکه بخواهید واکنشی مستدل یا نامستدل از خود نشان دهید، ترس همچون آذرخشی در وجودتان پدیدار می شود.

از این قانون ساده تبعیت کنید: اول آن چیزی را نشان دهید که سریع تر اتفاق می افتد. این یعنی در اکثر موارد، ابتدا باید احساسات درونی را نشان داد، سپس کنش ها و گفت و گوهای متعدد غریزی و بعد انواع منطقی تر و مستدل تری از کنش ها، گفت و گوها و تک گویی های درونی.



حالا به مثال خودمان برمی گردیم و کلیپ شخصی ای نشان تان می دهیم که در آن تمام ابزارهایی که در اختیار داریم به صورت ترکیبی به کار رفته اند. این بند را با یک جمله در توصیف احساس درونی آغاز می کنیم، سپس کنش را به آن می افزاییم، بعد تک گویی درونی، کنشی دیگر و در پایان دو جمله گفت و گو:

قلب تان مثل پتک در حلق تان می کوبد. پوشه ی چرمی تان را تا نزدیک قفسه ی سینه بالا می آورید. شاید با مذاکره بتوان اوصاع را آرام کرد. به صمیمی ترین شکل ممکن لبخند می زنید. ”هک هک می تونیم در این مورد حرف بزنیم؟ پارسال که گپ خیلی خوبی با هم زدیم، مگه نه؟“

کنار هم گذاشتن علت و معلول

در قسمت های پیشین نحوه ی نوشتن کلیپ های عمومی و شخصی را توضیح دادیم. حالا تنها کاری که باقی مانده، وصل کردن این دو به هم و ساختن یک صحنه ی کامل است.

این قانون بسیار مهم را به یاد داشته باشید: توالی زمانی همواره باید درست باشد و علت حتما باید بر معلول تقدم داشته باشد. در حالت عادی، هر کلیپ شخصی، حداقل تا حدی، دلیلی برای کلیپ عمومی تابع آن خواهد بود. در هر یک از این کلیپ ها از چه ابزارهایی باید استفاده کنیم؟ آیا می توان ترتیب و توالی قسمت (یا قسمت های) داخلی کلیپ را تغییر داد؟



هک به جلو خیز برمی دارد و نانچیکوهایش را به صورت دورانی به سمت سرتان تاب می دهد.

خودتان را به کناری می کشید و پوشه ی چرمی را برای دفاع از خود به بالا پرت می کنید. نانچیکوها با پوشه برخورد می کنند و موجی از این برخورد به شانه ی شما میر می رسد.

درد مانند چاقوی داغی در گردن تان نفوذ می‌کند. "آآآخ" همچنان بدن تان را کنار می‌کشید، با دست راست به موهای هک چنگ می‌زنید، سرش را بی‌رحمانه به سمت پایین می‌کشید و رانویتان را بالا می‌برد.

شتاب حرکت هک باعث می‌شود با صورت روی زانویتان فرود بیاید. نانچیکوها از دستان بی‌توان‌اش می‌افتند و او پخش زمین می‌شود.

یک دو حین آدم، همه با هم، شروع به حیغ و داد می‌کنند. چهار مرد به سمت دست‌ها و پاها هک می‌چهند و او را به زمین می‌حکوب می‌کنند. "یکی پلیس خبر کنه!"

شما به عقب یله می‌روید، احساس دل به هم خوردگی دارید و استخوان ترقوه تان دارد از درد منفجر می‌شود، احتمالاً دچار شکستگی شده است. یعنی ویراستار پیش خودش چه فکری می‌کند؟

دو دست با حالتی دوستانه شما را به سمت صندلی تان هدایت می‌کنند. ویراستار می‌پرسد: "حالتون خوبه؟"، سپس ادامه می‌دهد: "خدای من! بی‌ظیر بود. کارتون... فوق‌العاده بود. شماهایی که اینجا ایستادید، آمبولانس خبر کنید!"

سیاهی بزم و سیالی آهسته بر چشم‌هایتان چیره می‌شود. تا جایی که می‌توانید با تاریکی می‌جنگید و می‌دانید که یک روز، یک حابی، این قضیه را به یک رمان تبدیل خواهید کرد.

در مثال بالا پنج کلیپ عمومی وجود دارد (سه تا درباره‌ی هک، یکی درباره‌ی رهگذرن متعدد و یکی درباره‌ی ویراستار). همچنین سه کلیپ شخصی هم دیده می‌شود. پشت سر هم نشان دادن چند کلیپ عمومی، که هر کدام بر شخصیت‌های متفاوتی تمرکز می‌کنند، بلامانع است. در صحنه‌های چند شخصیتی، نشان دادن دو یا سه کلیپ عمومی به ارای هر کلیپ شخصی متداول است.

شاید بپرسید که آیا لازم است هر بار که کلیپ جدیدی را آغاز می‌کنید، نند تازهای را هم آغاز کنید یا خیر. نه، شما می‌توانید صحنه‌ها را به هر شکلی که صلاح می‌دانید در بندها بگنجانید. ما ترجیح می‌دهیم برای وضوح بیشتر، برای هر کلیپ بندی جدا در نظر بگیریم. نحوه‌ی نوشتن بندهای گفت و گو هم همین طور است. این نوع ترکیب‌بندی از نظر ما منطقی است (حتی وقتی کنش، احساسات و تک‌گویی‌های درونی و توصیف را وارد کار کنید). شما هم صحنه‌ها را طوری در قالب بندها بریزید که به نظر خودتان منطقی می‌آید. یادتان باشد که تنها قانون تغییرناپذیر در داستان‌نویسی این است که هیچ قانونی تغییرناپذیر نیست.

خواننده‌ی داستان شما صحنه را از درون ذهن شخصیت مُشرف تجربه می‌کند و به همین دلیل شما باید، تا جایی که می‌توانید، به این شخصیت میدان دهید. اما این کار



باید در تعادل و تناسب با نیازهای صحنه انجام شود. وقتی بیرون ذهن شخصیت مُشرف اتفاقات متعددی در حال وقوع است، باید از میان آن‌ها موارد مهم را به نمایش بگذارید.

توجه کنید که در مثال بالا، ما نه وارد ذهن هک می‌شویم و نه احساسات و تک‌گویی‌های درونی او را نشان می‌دهیم. اصلاً نیازی نداریم چنین کاری بکنیم. خواننده فقط افکار و احساسات یک شخصیت را از ما می‌خواهد و او هم شخصیت مُشرف است.

لازم است بگوییم که به‌شدت به کتاب کلاسیک دویست سواين، *Techniques of the Selling Writer* (از انتشارات دانشگاه اوکلاهما) مدیون‌ایم. در این کتاب درباره‌ی "واحد‌های داستانی واکنشی-انگیزشی" به تفصیل صحبت شده است. عبارت "انگیزشی" سواين به کلیپ‌های عمومی اشاره دارد و منظور او از عبارت "واکنشی"، همان کلیپ شخصی ماست.

ایجاد تعادل بین ابزارهای نشان دادن و بازگو کردن داستان

✓ *Sol Stein*، به قلم *Stein on Writing*

کاتی عالی درباره‌ی نشان دادن و بازگو کردن، گفتگو، فلش‌بک و موارد متعدد دیگر.

✓ *Self-Editing for Fiction Writers* به

قلم *Rennie Brown* و *Dave King*

(انتشارات Harper): راهمایی ضروری برای ویرایش، همراه با فصل‌های بسیار خوبی درباره‌ی گفت وگو، تک‌گویی درونی و چکیده‌ی روایی.

✓ *Getting Into Character* اثر بریدیلین

کالینز (*Brandilyn Collins*) از نشر

وایلی؛ صرف وجود اطلاعاتی درباره‌ی اشارات غیرمستقیم و زمینه‌ای در خلال گفت‌وگوهای داستانی، ارزش خریدن این کتاب را دوچندان می‌کند.

به‌نظر ما خواندن بعضی از کتاب‌ها برای درک فن و هنر نویسندگی ضرورت دارد. در این فصل به چند مورد از این کتاب‌ها اشاره کرده‌ایم. حالا برای راحتی شما، آن‌ها را دوباره در اینجا ذکر می‌کنیم:

✓ *Techniques of the Selling Writer*

نوشته‌ی *Dwight Swain* (انتشارات

University of Oklahoma): حاوی

اطلاعات ضروری درباره‌ی "واحد‌های

داستانی واکنشی-انگیزشی"

✓ *Empowering Characters' Emotions*

نوشته‌ی *Margie Lawson*: منبعی

فوق‌العاده درباره‌ی ارتباط غیرکلامی در

کنش‌ها و در نشان دادن احساسات درونی.

دوره‌ی آموزشی آن‌لاین هم در وبسایت

دکتر لاوسن *www.margielawson.com*

در دسترس است.

تعیین درون‌مایه‌ی داستان

در این فصل

- ◀ نوشتن پیش از تصحیح کردن
- ◀ بررسی چهار الگوی خلافانه برای کامل کردن یک رمان
- ◀ درک چرایی اهمیت الگوی نوشتاری شما
- ◀ یافتن الگوی نوشتاری مناسب برای شما

داستان یعنی هنر. تمام هنرها، به‌نوعی حامل پیام هستند. به این پیام درون‌مایه‌ی داستان گفته می‌شود. درون‌مایه معنای عمیق رمان شماست و بسیاری از رمان‌های فوق‌العاده‌ی دنیا درون‌مایه‌های عالی‌ای دارند. البته رمان می‌تواند درون‌مایه‌ای ساده یا ایهام‌آمیز داشته باشد و همچنان داستانی فوق‌العاده باشد. درون‌مایه امر مهمی است، اما اهمیت آن به‌اندازه‌ی اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده نیست. در این فصل نگاهی کوتاه به تحلیل درون‌مایه‌ی تعدادی از رمان‌های پرفروش خواهیم داشت. هدف ما در این فصل، اتمام یک تحلیل ادبی دقیق نیست. ما فقط می‌خواهیم مفهوم درون‌مایه را با فراهم آوردن چند مثال از رمان‌هایی که احتمال می‌رود آن‌ها را خوانده باشید، برایتان رمزگشایی کنیم.

همچنین اگرچه درون‌مایه امر مهمی است، ما بر این باوریم که ساختن رمان صرفاً حول محور درون‌مایه کار مخاطره‌آمیزی است. چنین کاری باعث می‌شود داستان شما شبیه به موعظه شود و جنبه‌ی سرگرمی نداشته باشد. بهتر است اجازه دهید درون‌مایه‌ی اثرتان به‌صورت طبیعی و در طول داستان شکل بگیرد. ممکن است پیش از ویرایش چندباره‌ی اثرتان، اصلاً ندانید درون‌مایه‌ی آن چیست. پس بخشی از مشکل شما به‌عنوان یک نویسنده این است که ببینید معنا و مفهوم داستان‌تان درباره‌ی چیست. در ادامه‌ی این فصل، چند شیوه به شما معرفی می‌کنیم که می‌توانید در این مسیر از آن‌ها بهره بگیرید.

درک دلیل اهمیت درون‌مایه

وقتی افراد درباره‌ی درون‌مایه صحبت می‌کنند، ممکن است برداشت‌های متفاوتی از آن داشته باشند. بنابراین ما در اینجا تعریف خودمان را از این عنصر ارائه می‌کنیم:

درون‌مایه معنای عمیق کتاب شماست. پیام اصلی‌ای است که شما می‌خواهید به خواننده منتقل کنید. ممکن است درون‌مایه "پیام اخلاقی داستان باشد؛ البته این حالت در صورتی پیش می‌آید که داستان شما جبهه‌ی اخلاقی داشته باشد. ممکن است درون‌مایه اشارتی باشد به جهان‌بینی شما، فلسفه‌ی زندگی از نظر شما و یا نسخه‌ای که برای خوشبختی پیچیده‌اید. درون‌مایه‌ی داستان شما، همان چیزی است که شما می‌خواهید باشد.

ممکن است شما از هنر پیام‌محور خسته شده باشید. حق هم دارید که از چنین هنری بدتان بیاید. خود ما هم از این نوع هنر بیزاریم. اما باید از هنر بی‌معنی هم بدتان بیاید. هنر معنی دارد و معنی برای آن به منزله‌ی مزه برای غذاست. بنابراین بیش از حد مزه‌دار بودن یا بیش از حد بی‌مزه بودن غذا (هنر) اشتباه محض است.

ما در این قسمت درباره‌ی کاربرد و ویژگی‌های درون‌مایه صحبت خواهیم کرد. همچنین مثال‌هایی از درون‌مایه‌ی ۲۰ رمان پرفروش به شما معرفی خواهیم کرد.



نگاهی به دلیل وجود درون‌مایه در رمان‌ها

خواننده‌ها داستان شما را با ذهنیت‌های خاص خودشان می‌خوانند. بنابراین ممکن است ز نظر آن‌ها، درون‌مایه‌ی داستان شما، با آنچه منظور اصلی‌تان بوده، تفاوت داشته باشد. به‌علاوه رمان‌های خوب ممکن است حاوی چند درون‌مایه‌ی مختلف باشند. بنابراین درون‌مایه‌ی هر رمان همیشه جنبه‌ی ایهام‌آمیز دارد و می‌توان آن را به بحث گذاشت. این تا حدی دلیل جذابیت خوانند رمان‌هاست.



اگر خواننده‌ها کتاب شما را به قصد نوشتن یک گزارش کلاسی یا حضور در باشگاه کتاب‌خوانی تحلیل نکنند، "درک صحیح" داستان شما دغدغه‌ی آن‌ها نخواهد بود؛ آن‌ها بیشتر به مفهومی که داستان برای خودشان دارد اهمیت خواهند داد. دلیل اهمیت درون‌مایه برای نویسنده‌ها این است که درون‌مایه تنها راه ارتباطی آن‌ها با بسیاری از خواننده‌هاست. رمان، شانس شما را برای نشان دادن جهان‌بینی‌تان به دیگران است.

فرض کنید شما در حال خواندن نقدی از اولین رمان‌تان در اینترنت هستید، که به‌تازگی به بازار آمده است. در این بررسی، همه چیز در نظر گرفته شده و نویسنده‌ی آن، خلاصه‌ای از خط داستانی تهیه کرده که با خلاصه‌ای که شما چند سال پیش برای ویراستاران نوشتید تطابق دارد. نویسنده‌ی این نقد شخصیت‌های داستان را دوست دارد و آن‌ها را "قوی و واقعی" می‌پندارد. او همچنین شتاب کنش‌ها و چالاک‌گی گفت‌وگوهای داستان شما را نیز دوست دارد. به‌طور کلی می‌توان گفت که منتقد از رمان شما خوش‌اش آمده است. به آخرین بند نقد که می‌رسید، نفس را در سینه حبس کرده‌اید. در

این بند نوشته شده: "اما در پایان گفتنی ست که دیدگاه بی‌روح نویسنده، که حکایت از یأس پوچ‌گرایانه‌ی هستی دارد، باعث می‌شود خواننده دچار خستگی و غم شود."

دهان شما چند بار با ناباوری باز و بسته می‌شود. چی؟ شما از کسی تا حالا دیدگاهی بی‌روح و حاکی از یأس پوچ‌گرایانه‌ی هستی داشته‌اید؟ اصلاً این عبارت یعنی چه؟ این منتقد دیدگاه شما را متوجه نشده است. او یک احمق است.

کاملاً ممکن است که منتقد اثر شما احمق باشد. اما این امکان هم وجود دارد که دلیل بی‌علاقگی او به دیدگاه شما این باشد که شواهد کافی برای درک دیدگاهتان را در اختیار او قرار نداده‌اید. بنابراین، منتقد بدون اینکه از امکانات کافی برای درک دیدگاه واقعی شما برخوردار باشد، به چیزهای ساده و پیش پا افتاده‌ای چسبیده است که شما هرگز نمی‌خواستید در داستان‌تان تان جبهه‌ی محوری داشته باشند. در نتیجه عبارت ناراحت‌کننده‌ی "یأس پوچ‌گرایانه‌ی هستی" - که احتمالاً پس‌مانده‌ی اظهارات یکی از شخصیت‌های حاشیه‌ای یکی از صحنه‌های کم‌اهمیت داستان است - در نقد اثر شما برجسته شده است.

مشکل کجاست؟ پاسخ این سؤال آسان است: داستان شما احتمالاً درون‌مایه‌ی ضعیفی دارد و یا به کل عاری از درون‌مایه است.

بررسی ویژگی‌های درون‌مایه

ما مایل ایم درون‌مایه را در قالب یک جمله خلاصه کنیم. لازم هم نیست این جمله جمله‌ی عمیقی باشد (الته خوب است که این‌طور شود، اما اگر نشد ایرادی ندارد). اما ترجیح می‌دهیم که رک و پوست‌کنده صحبت کنیم: اگر رمان شما عمیق نباشد، جمله‌ی توصیف‌کننده‌ی درون‌مایه نیز نمی‌تواند عمیق باشد. همه‌ی مردم دنیا از رمان‌های عمیق خوش‌شان نمی‌آید و این اشکالی ندارد. هدف از داستان‌نویسی اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده‌هاست. در این میان، درون‌مایه یک عنصر اضافی است. اگر حسی که در خواننده برمی‌انگیزد به اندازه‌ی کافی قوی باشد، احتمالاً او درون‌مایه‌تان را هم باور خواهد کرد. در غیر این صورت چنین اتفاقی نمی‌افتد.

درون‌مایه‌ی داستان شما باید ویژگی‌های زیر را داشته باشد:

✓ **واقعیت داشته باشد:** جمله‌ی توصیف‌کننده‌ی درون‌مایه باید حقیقتی را درباره‌ی جهان فاش کند.

✓ **مهم باشد:** درون‌مایه باید درباره‌ی مسائل مهم زندگی باشد.

✓ **کوتاه باشد:** درون‌مایه باید یک جمله‌ی واحد باشد، نه یک بیانیه‌ی مفصل.



مثال‌هایی از درون‌مایه‌های ۲۰ رمان

یک راه خوب برای درک نحوه‌ی نوشتن درون‌مایه نگاهی به چند مثال است. یادتان باشد بناست که هر خواننده‌ای چیز متفاوتی از داستان شما بفهمد. اگر رمان شما رمانی قوی باشد، آنگاه خواننده‌های مختلف برداشت‌های بسیار متفاوتی از آن خواهند داشت. اکثر رمان‌هایی که ما در ادامه تحلیل می‌کنیم عمیق هستند. بنابراین ممکن است برداشت ما با برداشت شما از آن‌ها بسیار متفاوت باشد. حتی ممکن است بظر ما شدیداً به حاشیه رفته باشد. سعی کنید خودتان شخصاً درون‌مایه‌ی این داستان‌ها را تعریف کنید و بعد تعاریف خود را با برداشت‌های ما مقایسه کنید. آیا نقطه‌ی اشتراکی بین آن‌ها وجود دارد؟ این ممکن است بخشی از همان پیامی باشد که نویسنده می‌خواسته به ما منتقل کند. ما می‌کوشیم در برابر وسوسه‌ی یافتن درون‌مایه‌های متعدد برای این رمان‌ها مقاومت کنیم. درون‌مایه‌هایی که ما برای این کتاب‌ها نوشته‌ایم، پیام اصلی داستان‌ها را آن‌گونه که به نظر خودمان رسیده است، منتقل خواهند کرد.

البته لازم است همین حالا اعتراف کنیم که مجبور شدیم بعضی از درون‌مایه‌ها را حدس بزنیم. همه‌ی نویسنده‌ها تلاش نکرده‌اند که درون‌مایه‌ی داستان خود را به‌وضوح به خواننده نشان دهند. بعضی از نویسندگان ترجیح می‌دهند به سرگرم کردن مخاطب بپردازند و پیام خاصی برای او خلق نکنند. ممکن است با ما مخالف باشید و بگویید که حدس زدن مقصود و منظور نویسنده کاملاً ممکن است. بله، ما هم چنین اعتقادی داریم. اگر فکر می‌کردیم که کشف مقصود و منظور نویسنده غیرممکن است، اصلاً این کتابی را که در حال خواندنش هستید نمی‌نوشتیم. نویسنده همیشه با خطر درست درک نشدن اثرش دست و پنجه نرم می‌کند. اما خطر دیگری هم نویسنده را تهدید می‌کند و آن خطر درک شدن است. امیدواریم بتوانید حرف‌هایمان را به‌خوبی درک کنید:

✓ **آریاب حلقه‌ها، جی. آر. آر. تالکین (خیال‌انگیز):** «سرانجام، نیکی بر بدی پیروز خواهد شد، زیرا بدی تیشه بر ریشه‌ی خود می‌زند.»

ما یکی از جمله‌های مشهور این کتاب را بازآفرینی کرده‌ایم: «همیشه این پلشتی است که به خودی خود، نیات پلید را کور می‌کند». این رمان، روایتی حماسی از نبرد بین خیر و شر است.

✓ **خدای رودخانه، ویلبر اسمیت (تاریخی، اکشن و ماجراجویانه):** «رندی و نبوغ، زمینه‌ساز قدرت ناب‌اند.»

درون‌مایه‌ی این رمان در هیچ کجای آن علناً بیان نشده است. بنابراین، جمعی بلا برداشت شخصی ما از آن است. خدای رودخانه، داستانی ماجراجویانه است که در مصر باستان اتفاق می‌افتد و نقش راوی و شخصیت اصلی آن راه برده‌ای بهوش به نام تایتا ایفا می‌کند. رمان‌های ماجراجویانه، اغلب توجه چندانی به

درون‌مایه نمی‌کنند.

✓ **قبیله‌ی خرس غارنشین، جین اول (تاریخی):** "آدم‌های نخستین هم انسان‌اند." شخصیت اصلی کتاب، آیلا، دختر جوانی از نوع بشر است که فرزندخوانده‌ی خانواده‌ای از نئاندرتال‌های بزرگ می‌شود. این داستان نشان می‌دهد که تبار آدم‌های نخستین چقدر به تبار انسان امروزی نزدیک است.

✓ **ستون‌های زمین، کن فولیت (مهیج تاریخی):** "جایگاه هیچ‌کس بالاتر از قانون نیست."

این رمان، حماسه‌ای است که ماجرای آن نیم قرن به طول می‌انجامد و در حدود زمان قتل تامس پکت - اسقف اعظم کانتربوری - پایان می‌یابد. اگرچه مطمئن نیستیم که منظور فولیت و درون‌مایه‌ی مورد نظر او را درست فهمیده باشیم، اما با توجه به یکی از صحنه‌های پایانی، برداشت ما کاملاً محتمل می‌نماید. اما درون‌مایه‌ی احتمالی دیگر این رمان می‌تواند این‌مثل باشد: "از هر دست بدهی، از همان دست می‌گیری." بله، خیلی کلیشه‌ای است. اما کلیشه‌ها اغلب درون‌مایه‌های خوبی می‌سازند و این موضوع درباره‌ی رمان‌های عمیق هم صادق است.

✓ **خارجی، دیانا گابالدون (عاشقانه، سفر زمان):** "عشق، همه‌جا پیروز است."

این یک رمان با ژانر عاشقانه است، ژانری که در آن استفاده از درون‌مایه‌های عمیق رواج دارد. شاید جمله‌ای که برای درون‌مایه‌ی این رمان نوشته‌ایم، درباره‌ی تمام رمان‌های عاشقانه صادق باشد. هیچ ایرادی هم ندارد. لازم نیست درون‌مایه‌ها منحصر به فرد یا ژرف باشند. داستان، فلسفه نیست. داستان آفرینش یک تجربه‌ی حسی قوی است. از نظر ما، رمان خارجی یک داستان فوق‌العاده است که درون‌مایه‌ای که در بالا ذکر شد به‌طور خاص درباره‌ی آن صدق می‌کند.

✓ **نام من آشیر لوست، چاییم پوتوک (ادبی):** "هنرمندان بزرگ نمی‌توانند از تحمل رنج‌های بزرگ - و نیز از تحمیل آن‌ها - حذر کنند."

درون‌مایه‌ی رمان‌های ادبی اغلب عمیق است. رمانی که نام بردیم داستانی ژرف از نویسنده‌ای ژرف‌نگر است و طبعاً درون‌مایه‌ی آن هم عمیق و پیچیده است. از نظر ما این رمان به‌طور خاص برای داستان‌نویس‌ها جذابیت دارد زیرا آن‌ها می‌توانند با شخصیت اصلی، آشیر لوست، همذات‌پنداری زیادی داشته باشند. به‌نظر ما، این اثر یکی از بهترین آثاری است که در آن هنرمندی به تصویر کشیده شده است.

✓ **بادبادک‌باز، خالد حسینی (ادبی):** «راهی برای دوباره خوب بودن وجود دارد.» یکی از جمله‌های فصل اول کتاب راه که بیانگر حقیقت باطنی داستان است، برای معرفی درون‌مایه‌ی آن برگزیده‌ایم.

✓ **استخوان‌های دوست‌داشتنی، آلیس سیبولد (ادبی):** «عدالت در این دنیا وجود دارد.» درون‌مایه‌ی این داستان اندکی مبهم است و ما ناگزیر از حدس زدن منظور و پیام آن بوده‌ایم. درون‌مایه‌ی رمان‌های ادبی ممکن است بسیار ابهام‌آمیز باشد.

✓ **سرعت تاریکی، الیزابت مون (ادبی):** «با خویشتن خوش صادق باش.» انتخاب یک نقل قول ادبی برای نشان دادن درون‌مایه هیچ اشکالی ندارد. این نقل قول نیز از هملت، اثر شکسپیر انتخاب شده است و به‌شکلی خاص برای این رمان مناسب به‌نظر می‌رسد. شخصیت اصلی یک دبنغه‌ی درخودمانده است که شانس درمان درخودماندگی‌اش به او داده می‌شود. ما آیا این درمان، هویت بنیادی‌اش را تغییر خواهد داد؟ انتخاب سختی است و کیست که بتواند بگوید تصمیم درست کدام است؟

✓ **همسر مسافر زمان، آدری نیفنر (ادبی):** «عشقی هست که از زمان فراتر می‌رود.» این یک رمان عشقی-ادبی فراموش‌نشده‌ی است. شخصیت اصلی، کلیر، با هنری ازدواج کرده است. هنری دچار نقصی ژنتیک است که سبب می‌شود در زمان بروز اضطراب شدید در زمان سفر کند. آیا عشق آن‌ها از این تنگنای زمانی جان به در می‌برد؟ بله، اما...

✓ **دختری با گوشواره‌ی مروارید، تریسی چوالیبر (تاریخی ادبی):** «یک هنرمند بزرگ همه چیز را قربانی هنرش می‌کند.»

درون‌مایه‌ی این رمان به درون‌مایه‌ی نام من آشیر لو است شهادت دارد. در هر دوی این کتاب‌ها، هنرمندی بزرگ محور اصلی داستان است. در دختری با گوشواره‌ی مروارید شخصیت اصلی خدمتکاری در خانه‌ی یوهان ورمیر است و داستان، پیشینه‌ی احتمالی یکی از نقاشی‌های مشهور این هنرمند را بیان می‌کند.

✓ **غرور و تعصب، جین آستن (عاشقانه):** «شخصیت یک مرد ز ثروت، ظاهر یا شوخ‌طبعی او مهم‌تر است.»

آستن نویسنده‌ای ژرف‌نگر است و برای رمان‌های او می‌توان چندین درون‌مایه در نظر گرفت؛ اما ما فکر می‌کنیم برداشت ما می‌تواند به‌خوبی هر برداشت دیگری باشد. قهرمان زن داستان، لیزی بنت دلش می‌خواهد با مردی که عاشقش شده ازدواج کند، نه هر مردی که از راه می‌رسد. از همه مهم‌تر اینکه، او به‌دنبال مردی با شخصیتی قوی است. مرد خوش‌مشرب و انعطاف‌پذیری مثل

آقای بینگلی از نظر او مناسب نیست؛ لیزی مردی مثل آقای داریسی را قبول دارد.

✓ **تماس، کارل سیگن (علمی - تخیلی):** "خداوند یک ریاضی‌دان است."

رمان کارل سیگن درباره‌ی اولین تماس بین انسان‌ها و موجودات فضایی، برای او سکویی فراهم می‌کند که با قرار گرفتن روی آن می‌تواند منظورهای بی‌شماری داشته باشد. اصلاً هم نمی‌شود با قطعیت گفت که کدام درون‌مایه از نظر او بیشترین اهمیت را داشته است. این رمان آتش‌بس احتمالی‌ای برای دعوای دیرینه‌ی مذهب و علم را مطرح می‌کند.

✓ **پارک گورکی، مارتین کروزر (رمزآلود):** "هیچ کار نیکی بی‌پاداش نمی‌ماند."

ما یک مثل مشهور را به‌عنوان درون‌مایه‌ی این داستان انتخاب کرده‌ایم. داستان درباره‌ی پلیس درستکاری است که وظیفه‌ی خود را در دنیایی کثیف انجام می‌دهد.

✓ **چشمک، تد دیکر (مهیج مذهبی):** "خداوند بر همه چیز احاطه دارد؛ چه باور داشته باشید، چه نه."

این یکی از درون‌مایه‌های نسبتاً متداول در رمان‌های مذهبی مسیحی است که مخاطبان اصلی دیکر ارتباط خوبی با آن برقرار می‌کنند.

✓ **راز داوینچی، دن براون (مهیج):** "شاید هر آنچه که تا به حال درباره‌ی مسیح شنیده‌اید، دستخوش تغییر شود."

خط داستانی در میانه‌ی داستان برای سه فصل کاملاً متوقف می‌شود. در این مدت یکی از شخصیت‌ها به تفصیل به درون‌مایه‌ای که در بالا ذکر شد می‌پردازد. این رمان شدیداً حول محور درون‌مایه شکل گرفته است و این موضوع سبب افزایش فروش آن در میان افرادی شد که ادعاهای داستان را قبول داشتند. کتاب راز داوینچی از سوی مورخان مورد حملات انتقادی شدیدی قرار گرفت. استدلال آن‌ها این بود که هر آنچه براون فکر می‌کند که درباره‌ی مسیح می‌داند، غلط است. این انتقادهای تند سبب تبلیغ بیشتری برای کتاب شد و به فروش هر چه بیشتر آن کمک کرد.

✓ **مردی از سن پترزبورگ، کین فولیت (مهیج تاریخی):** "خطرناک‌ترین انسان کسی است که ترس را نمی‌شناسد، زیرا در این صورت او نسبت به همه چیز - به جز عشق - نفوذناپذیر خواهد بود."

در رمان‌های مهیج، معمولاً صفحات زیادی صرف بسط دادن درون‌مایه نمی‌شود. اما ما فکر می‌کنیم درون‌مایه‌ی این کتاب را نسبتاً درست فهمیده‌ایم. شخصیت آدمکش این داستان یکی از دوست‌داشتنی‌ترین تبهکارانی است که دیده‌ایم و

خواننده‌ها هم به‌خوبی با او همذات‌پنداری می‌کنند. این در حالی است که او، تا زمانی که دلیلی برای دوست داشتن پیدا نکرده است، قادر به حس کردن ترس نیست.

✓ **شرکت، جان گریشام (مهیج حقوقی):** «مواظب باش چه آرزویی می‌کنی».

قهرمان این داستان جان گریشام، میج مک‌دیری، یک دانشجوی حقوق فقیر است که فقط به‌دنبال شغلی آبرومندانه می‌گردد. او شغل بسیار خوبی پیدا می‌کند اما پذیرفتن این موقعیت کاری شرایطی را به همراه دارد که او خیلی دیر از آن‌ها آگاه می‌شود.

✓ **جاسوسی که از سردسیر آمد، جان لو کاره (مهیج جاسوسی):** «جاسوسی کسب و کاری بسیار، بسیار، بسیار کثیف است».

وقتی این رمان در اوایل دهه‌ی ۱۹۶۰ به چاپ رسید، رمان‌های جاسوسی به‌طور معمول دربرگیرنده‌ی شخصیت‌های سطحی جیمز باند مانند بودند. لو کاره قوانین آفریش رمان‌های جاسوسی را از سر نوشت. ما معتقدیم که این بهترین رمان جاسوسی‌ای است که تا کنون نوشته شده است.

✓ **شکار اکبر سرخ، تام کلنسی (مهیج فناوری نظامی):** «امپراتوری اهریمنی به واسطه‌ی بی‌کفایتی خود از بین خواهد رفت».

درون‌مایه‌ی این رمان تا حد زیادی به آنچه درباره‌ی ارباب حلقه‌ها گفتیم شباهت دارد. داستان رمان‌های ژانر مهیج فناوری نظامی اغلب توسط معیارهای عدالت‌خواهی قدرتمندی به پیش رانده می‌شود. خواننده‌های این ژانر به‌شکل قاطعی به درست و غلط اعتقاد دارند و می‌خواهند شاهد پیروزی نیکی و شکست بدی‌ها باشند.

انتخاب زمانی برای شناسایی درون‌مایه

درون‌مایه مهم است و در این موضوع شکی نیست. اما اگر اجازه دهید، یک درون‌مایه‌ی قوی می‌تواند بر رمان شما مسلط شود. اگر رمان خود را بیشتر به قصد نمایش درون‌مایه نوشته باشید، این‌ها خطرات اصلی‌ای هستند که در انتظار شما خواهند بود:



✓ **شخصیت‌ها ممکن است سطحی شوند.** اگر پیش از خلق شخصیت‌ها، درون‌مایه‌ی داستان خود را بدانید، به احتمال زیاد وسوسه می‌شوید آن‌ها را طوری خلق کنید که با درون‌مایه‌ی داستان‌تان هماهنگ باشد. در این صورت تلاش خواهید کرد از تعریف ارزش‌های ناسازگار برای آن‌ها پرهیز کنید. زیرا

یکی از این ارزش‌ها ممکن است ب درون‌مایه‌ی داستان شما در تناقض باشد یا سبب گیجی خواننده‌ها شود.

✓ **پی‌رنگ داستان از پیش تعیین شده خواهد بود.** اگر پیش از ساختن پی‌رنگ داستان، درون‌مایه‌ی آن را بدانید، سر هم کردن داستان، به‌طوری که با آن درون‌مایه جور در بیاید، کار بسیـار آسانی خواهد بود. در چنین شرایطی شما از داشتن جریان‌های مختلف داستان یا پی‌رنگ‌های فرعی‌ای که ممکن است پیام داستان‌تان را فرسایش دهند، خواهید ترسید. حتی ممکن است به پی‌رنگ خود پشت کنید. زیرا گاهی برای اینکه بتوانید داستان را طبق درون‌مایه پیش ببرید، ناگزیر از نادیده انگاشتن پی‌رنگ هستید.

✓ **ممکن است نوشتار شما مانند موعظه باشد.** البته اگر خواننده‌ها با درون‌مایه موافق باشند، داستان از نظر آن‌ها موعظه نخواهد بود. اما خواننده‌هایی که با درون‌مایه‌ی شما مخالف‌اند، قطعاً داستان شما را یک خطابه تلقی خواهند کرد؛ آن هم خطابه‌ی بسیار تصنعی و ناخوشایند. رمانی که به‌شدت درون‌مایه‌محور باشد، خواننده‌های شما را دو قصبی می‌کند، همچنین ممکن است موج شدیدی از انتقادات را برانگیزد. زیرا منتقدان معمولاً بر این باورند که رمان باید در وهله‌ی اول سرگرم‌کننده باشد.

فارغ از الگوی نوشتاری خلاق که به کار می‌برید (به فصل ۴ مراجعه کنید)، ما بر این باوریم که شما باید درون‌مایه‌ی داستان خود را در پایان آن تعریف کنید. زیرا در پایان داستان، جزئیات دنیای داستانی، شخصیت‌ها و پی‌رنگ مشخص شده‌اند. به این صورت، داستان شما تبدیل به زمینه‌ای صرف برای انتقال پیام نخواهد شد. البته عجیب نیست که رمان‌نویس یک داستان را تا آخر بویسد و خودش هنوز نداند که پیام و منظور اصلی آن چیست. ممکن است او چند پیش‌نویس آماده کند تا بالاخره به معنای مفهوم داستان پی ببرد. به نظر کار درستی است. اعتقاد ما بر این است که قوی‌ترین درون‌مایه‌ها آن‌هایی هستند که به‌صورت خودجوش از دل داستان برمی‌خیزند. در قسمت بعدی به شما کمک می‌کنیم که درون‌مایه‌ی داستان‌تان را کشف کنید.



با وجود نکاتی که گفتیم، ممکن است حس کنید که می‌خواهید داستان خود را از همان ابتدا حول محور یک درون‌مایه‌ی خاص شکل دهید. شاید اصلاً نگران این نباشید که خواننده‌ها ممکن است فکر کنند یک خطیب هستید. اگر چنین شود، به‌نظرتان اشکالی ندارد؟ نه اشکال ندارد. کتاب، کتاب شماست و شما می‌توانید هر چیزی که دلتان می‌خواهد در آن بنویسید. اما حواس‌تان باشد که این رویکرد خطر زیادی دارد (صادقانه بگوییم، ممکن است در عین حال رویکرد بسیار نتیجه‌بخشی هم از کار درآید).



اگر به نظر می‌رسد که داستان شما صرفاً برای تبلیغ یک درون‌مایه‌ی خاص نوشته شده است، نماینده‌های ادبی و ویراستاران به شدت به اثر شما شک خواهند کرد. ویراستارها معمولاً از موعظه‌هایی که نقاب داستان بر چهره دارند خوش‌شان نمی‌آید. اگر کتابی که می‌خواهید بنویسید چنین ویژگی‌هایی دارد، به احتمال زیاد آن‌ها با شما برخوردی بسیار سخت‌گیرانه‌تر - از آنچه انتظارش را داشتید - خواهند داشت.

از آنجا که خود ما هم از رمان‌هایی که به شدت به درون‌مایه وابسته‌اند نفرت داریم، دوست نداریم به این موضوع اعتراف کنیم. اما اگر رمان خود را از ابتدا حول محور درون‌مایه‌ای خاص شکل دهید و اگر بتوانید آن را به چاپ برسانید، به احتمال زیاد زحمات‌تان نتیجه‌ی بسیار خوبی خواهد داد. بسیاری از خواننده‌ها عاشق رمان‌های پیام‌محوری هستند که باورهای شخصی‌شان را تأیید می‌کنند. اگر خواننده‌ها عاشق درون‌مایه یا پیام داستان شما شوند ممکن است درباره‌ی آن با همه‌ی آشنایان‌شان حرف بزنند. به این ترتیب نوعی تبلیغ شفاهی بسیار عالی برای داستان شما انجام می‌شود.

اکثر خواننده‌ها فقط از رمان‌های پیام‌محوری نفرت دارند که به زعم آن‌ها "پیامی غلط را منتقل می‌کنند". اگر برخی از خواننده‌های شما از پیام داستان‌تان متنفر باشند، قطعاً این نارضایتی خود را به گوش دیگران خواهند رساند و حتی ممکن است تصویر شما را در اذهان عمومی تخریب کنند. اما این هم به نوعی تبلیغ کار شما خواهد بود. احتمالاً می‌توانید چند رمان جدید و بسیار پرفروش را نام ببرید که از نظر شما مزخرف محض هستند و سر تا پایشان چیزی بیش از گزرش چرندیات نیست. ولی با این حال، آن‌ها فروش سرسام‌آوری داشته‌اند که دلیل آن چیزی جز این نیست: تبلیغات منفی برای داستان‌نویس معنی ندارد. با تبلیغات منفی، احتمال اینکه رمان به دست افرادی برسد که آن را موعظه تلقی نمی‌کنند و معتقدند محتوای آن از عقل سلیم سرچشمه گرفته است، بیشتر می‌شود.

اگر می‌خواهید قدم در چنین مسیری بگذارید، باید فروتنی بی حد و حصری داشته باشید. زیرا به احتمال زیاد، از طرف تحسین‌کنندگان آثارتان به شدت مورد تمجید قرار خواهید گرفت و در عین حال انتقادهای تند و بی‌دلیلی از منتقدان خواهید شنید. بنابراین خودتان را فریب ندهید و حرف‌های افراطی هیچ‌یک از این دو گروه را باور نکنید، زیرا هیچ‌کدام از آن‌ها حقیقت را نمی‌گویند. آن‌ها تنها به پیام داستان شما واکنش نشان می‌دهند، نه به شخص شما.

نوشتن رمانی که به شدت وابسته به پیام و درون‌مایه است، یا بسیار نتیجه‌بخش خواهد بود، یا به شدت ویرانگر. بیش از آنکه چنین رمانی بنویسید، سه مرتبه به این بیندیشید که آیا نتیجه‌بخش بودن رمان، ارزش تحمل چنین فشاری را دارد یا خیر.



پیدا کردن درون‌مایه‌ی داستان شما

شما چطور باید درون‌مایه‌ی داستان خود را پیدا کنید؟ هیچ راه بی‌نقصی بری این کار وجود ندارد. اما این قسمت بعضی از مسیرهای ممکن را به شما معرفی می‌کند.

وانمود کنید تا به واقعیت برسید

شما احتمالاً تا حدی می‌دانید که معنای نهفته‌ی داستان‌تان چیست و این را شاید از همان روز اولی که ایده‌ی نوشتن این داستان به ذهن‌تان خطور کرد می‌دانستید. درون‌مایه‌ی یک داستان ممکن است در ذهن‌تان وضوح کافی نداشته باشد، اما وجود آن حتمی است. وقتی کسی از شما پرسید که درون‌مایه‌ی اثرتان چیست، دادن پاسخی مبهم بلامانع است.

مثلاً اگر مشغول نوشتن یک رمان عاشقانه هستید، ممکن است بگویید: "داستان من درباره‌ی مدارا کردن با نیروی عشق است." هیچ‌کس، هیچ‌وقت، به چنین درون‌مایه‌ای انتقاد نخواهد کرد، آن هم به یک دلیل ساده: درون‌مایه در رمان‌های عاشقانه آن قدرها اهمیت ندارد.

به‌طور مشابه اگر در حال نوشتن رمانی مهیج باشید، ممکن است درباره‌ی درون‌مایه‌ی آن بگویید: "داستان من درباره‌ی قدرت ... است." جای خالی را با هر واژه‌ی دم‌دستی‌ای که به داستان‌تان می‌آید پر کنید. "ترس" ممکن است گزینه‌ی خوبی باشد. همچنین "انگیزه"، "غفلت"، "دانش"، "آون بچه‌هه"، "شرک‌های چبد ملیبی"، "مذهب" یا "فناوری" همگی می‌توانند گزینه‌های مناسبی باشند. شما واقعاً می‌توانید هر چیزی را که اندکی به داستان‌تان ارتباط دارد در این جای خالی قرار دهید و یک الگوی اولیه‌ی خوب برای درون‌مایه‌ی داستان‌تان ایجاد کنید.

خوانندگان رمان‌های رمزآلود بیشتر به یک معمای اصیل و خوب علاقه دارند تا درون‌مایه‌ی نهفته در داستان. پس اگر رمان رمزآلود می‌نویسید، ممکن است درباره‌ی درون‌مایه‌ی داستان‌تان از شما چیزی نپرسند. اما اگر چنین پرسشی مطرح شد، می‌توانید همان حقه‌ای را به کار ببرید که در قسمت‌های قبل، درباره‌ی رمان‌های مهیج، یادتان دادیم.

اگر رمان خیال‌انگیز می‌نویسید، همیشه می‌توانید بگویید: "داستان درباره‌ی نبرد بین خیر و شر است." این احتمالاً برای بسیاری از رمان‌های ترسناک هم جواب می‌دهد.

شما می‌توانید با استفاده از حقه‌هایی که در بالا ذکر شد، برای مدتی طولانی به بهام درون‌مایه‌ی داستان خود ادامه دهید. نکته‌ی خوبی که وجود دارد این است که موارد



ذکر شده در بالا، حقیقتاً حقه نیستند. درون‌مایه‌ی داستان شما به احتمال زیاد، تا حدی، به ادعاهایتان شبیه خواهد بود. همین طور که روی داستان‌تان کار می‌کنید، ممکن است روزی فرا برسد که درون‌مایه‌ی آن ناگهان پیش چشم‌تان برجسته شود. وقتی چنین اتفاقی بیفتد، خودتان خواهید فهمید. پس عجله نکنید. به وانمود کردن ادامه دهید تا واقعیت پیش چشم‌تان پدیدار شود.

یعنی این کار (وانمود کردن) اشکالی ندارد؟ البته که نه. شما دارید تمام تلاش‌تان را می‌کنید و از مفاهیم انتزاعی به مفاهیم ملموس و واقعی می‌رسید. داستان، ساختار پیچیده و دشواری دارد و فهمیدن درون‌مایه یکی از سخت‌ترین قسمت‌های داستان‌نویسی است. تقصیر شما نیست که تا به حال موفق نشده‌اید موضوعی عمیق و پیچیده را به‌عنوان درون‌مایه‌ی اثر خود دست و پا کنید. هیچ‌کس حق ندارد شما را به خاطر نداشتن درون‌مایه - پیش از رسیدن موعد آن - به باد انتقاد بگیرد.

بسته به ژانر داستان، مخاطبان اصلی، هدف از نوشتن آن و نیز خود داستان، ممکن است هرگز روزی فرا نرسد که یک درون‌مایه‌ی فوق‌العاده به ذهن‌تان خطور کند. بنابراین درون‌مایه‌ی داستان شما همیشه همان عبارت مبهمی خواهد بود که در وهله‌ی اول به آن اشاره کردید. لازم نیست یک درون‌مایه‌ی بسیار پیچیده و منحصر به فرد برای داستان‌تان داشته باشید. مثال‌هایی که پیش‌تر در این فصل به آن‌ها اشاره شد می‌توانند بر این مسئله صحنه بگذارند که بعضی از رمان‌ها به‌وضوح، درون‌مایه‌هایی عمیقی برای خود تعریف کرده‌اند و برخی از آن‌ها پیام بسیار مبهمی دارند.

خواندن رمان خودتان برای اولین بار

فرض کنید که هیچ صدایی از افلاک یک درون‌مایه‌ی خوب برای داستان‌تان را به شما الهام نکرده است. حالا پیش‌نویس اولیه تمام و چند بار هم ویرایش شده است. دنیای داستانی کاملاً واقعی به‌نظر می‌رسد. شخصیت‌ها قوی هستند. پی‌رنگ در تمام شش لایه‌ی پیچیدگی خود چفت و بست خوبی دارد. اما هنوز هم کاملاً مطمئن نیستید که مفهوم اصلی داستان‌تان چیست. رمان خود را مدتی کنار بگذارید. اثر نویسنده‌ی دیگری را - که ترجیحاً درون‌مایه‌ای قوی دارد - مطالعه کنید. لازم نیست این اثر به اثر خودتان شبیهت زیادی داشته باشد. فقط کافی است کتاب تازه‌ای باشد که بسیاری از افراد درباره‌ی کیفیت خوب آن اتفاق نظر دارند. سپس با نوشتن جمله‌ای، درون‌مایه‌ی آن کتاب را توصیف کنید.

حالا که چهارچوب ذهنی لازم را پیدا کرده‌اید، سراغ رمان خودتان بروید. بنشینید و تمام کتاب خود را یک‌ضرب بخوانید. وانمود کنید اولین باری است که این داستان را می‌خوانید. مشکلات نگارشی، ایرادهای پی‌رنگ یا ضعف‌های شخصیت‌ها را نادیده

بگیرید. فقط با سرعت بخوانید. وقتی به پایان داستان رسیدید، کتاب را ببندید و از خود بپرسید: "نویسنده در این داستان چه می‌خواهد بگوید؟"

این پرسش ممکن است خلاصه‌ی داستان‌تان را طوری جزغاله کند که از آن تنها یک جمله‌ی کوتاه - که بیانگر درون‌مایه‌ی عمیق داستان شماست - برجای بماند. ممکن است این‌طور بشود، ممکن هم هست، نشود.

گوش فرا دادن به شخصیت‌هایتان

اگر دقت کافی برای ساختن شخصیت‌هایی سه‌بعدی و واقعی را به خرج داده باشید، ممکن است بخواهید به صدای آن‌ها گوش کنید تا ببینید چه حرفی برای گفتن دارند. بعضی از بهترین صحنه‌های این شخصیت‌ها را بخوانید. آیا در نقطه‌ای از داستان آن‌ها روی سکو می‌روند و شروع به سر دادن جیغ و فغان می‌کنند؟ آیا آن‌ها شما را غافلگیر کردند؟ آیا چیزی گفتند که شما، تا به حال بیان نکردماید؟ این‌ها (پاسخ به این سوالات) ممکن است درون‌مایه‌ای بسیار خوب باشد.

همچنین ممکن است بخواهید برای پیدا کردن درون‌مایه با شخصیت‌هایتان مصاحبه کنید. فرض کنید شما خبرنگاری هستید که برای مجله‌ی تایم یک مصاحبه‌ی اختصاصی تهیه می‌کنید. از هر یک از شخصیت‌ها بپرسید که از تجربیات خود در داستان شما چه چیزهایی فهمیده‌اند. پاسخ‌ها را بنویسید. آیا چیز غافلگیرکننده‌ای در میان آن‌ها وجود دارد که خودتان تا کنون به آن فکر نکرده بودید؟ اگر هست، سریع به آن متوسل شوید.



استفاده از خوانندگان آزمایشی

اکثر نویسندگان دوستانی دارند که عاشق کتاب خواندن هستند. وقتی پرداخت رمان‌تان تقریباً تمام شد، چند نسخه از آن را به دوستان‌تان بدهید و از آن‌ها بخواهید که آن را بخوانند. قول بدهید در مقدمه، با ذکر نام، از آن‌ها تقدیر و تشکر کنید؛ البته تنها در صورتی که تا موعد خاصی خواندن کتاب شما را به پایان رسانند. از آن‌ها بپرسید که رمان شما برایشان چه معنایی داشته است. آیا هیچ‌یک از شخصیت‌ها حرف بسیار تأثیرگذاری رده است؟ کاملاً ممکن است که شما اعصاب یکی از خواننده‌ها را حسابی به هم بریزید. اگر در حال حاضر درون‌مایه‌ای در ذهن دارید، خواننده‌های آزمایشی‌تان به شما خواهند گفت که آیا این درون‌مایه از نظر آن‌ها طنین خوبی در داستان دارد یا خیر.



آیا لازم است درون‌مایه داشته باشیم؟

اگر - بر خلاف تمام تلاش‌هایتان - هنوز هم نتوانسته باشید درون‌مایه‌ای قوی برای داستان‌تان پیدا کنید چه؟ بدترین اتفاقی که می‌تواند بیفتد چیست؟

بدترین اتفاقی که می‌تواند بیفتد این است که بعضی از خواننده‌ها درون‌مایه‌ای را از داستان شما برداشت کنند که وجود خارجی ندارد. ممکن است شما را محکوم به داشتن "دیدگاهی بی‌روح و حاکی از یأس پوچ گرایه‌ی هستی" بکنند؛ کاری نداریم که معنی این عبارت چه ممکن است باشد. درک نشدن دردماک است، اما شما را نخواهد کشت.

سایر خواننده‌ها ممکن است فکر کنند که داستان شما اصلاً درون‌مایه ندارد و شما را محکوم به سطحی‌نگری کنند. تحمل این اتهام، از درک نشدن، آسان‌تر است. اما باز هم برایتان خوشایند نخواهد بود. نویسنده‌های معدودی هستند که دلشان می‌خواهند سطحی به‌نظر بیایند. باز هم تأکید می‌کنیم که این موضوع شما را نخواهد کشت، پس به خودتان نگیرید.

بسیاری از خواننده‌ها حتی متوجه نمی‌شوند که شما عاری از درون‌مایه‌ای قوی است. خواننده‌ها در وهله‌ی اول به دنبال سرگرمی‌اند و بسیاری از آن‌ها به دنبال این هستند که گوشه‌ای لم بدهند و از خواندن لذت ببرند. ایها پی چیز عمیقی نمی‌گردند و به این ترتیب، در صورت نبود یک درون‌مایه‌ی قوی ناراحت نخواهد شد.



اصلاح درون‌مایه‌ی داستان‌تان

اگر درون‌مایه‌ی داستان‌تان را پیدا نکردید، این احتمال قوی وجود دارد که درون‌مایه‌ی داستان‌تان به خوبی نتواند بسط پیدا کند. دلیل این امر هم این است که شما داستان را صرفاً به منظور به تصویر کشیدن درون‌مایه‌ی نخنما ننوشته‌اید. شما این داستان را نوشتید تا خواننده را از نظر حسی تحت تأثیر قرار دهید. در این فرایند، ممکن است درون‌مایه‌ای از دل داستان شما جوشیده باشد که حالا می‌توانید کمی آن را پررنگ کنید. دوباره تمام رمان خود را بخوانید و جاهایی را که می‌توانند اندکی بیشتر درون‌مایه را آشکار کنند مشخص کنید کلمه‌ی کلیدی ما در جمله‌ی قبل اندکی است.

درون‌مایه‌ی داستان خود را تقویت کنید. اما در برابر وسوسه‌ی توضیح دادن آن مقاومت کنید خواننده باهوش است، پس به او اطمینان کنید و بدنید که منظورتان را خواهد فهمید.



چیزی که شما دنبالش می‌گردید، قسمت‌هایی از داستان است که درون‌مایه در آن‌ها به صورت طبیعی بروز می‌کند، اما اندکی مبهم یا کژنابیده به نظر می‌رسد. این قسمت‌ها را شفاف‌تر بیان کنید؛ منظور ما از اینکه باید درون‌مایه‌ی داستان خود را تقویت کنید همین است.

همچنین شما به دنبال قسمت‌هایی از داستان هستید که درون‌مایه در آن‌ها خودش را به شکلی تقریباً غیرطبیعی نشان می‌دهد (منظور من قسمت‌هایی است که محور

درون‌مایه در آن‌ها مزاحم، اجباری یا صرفاً تصنعی به‌نظر می‌رسد). این قسمت‌ها را اندکی اصلاح کنید؛ یا از حضور درون‌مایه در آن‌ها بکاهید و یا آن را به‌کلی حذف کنید. درون‌مایه باید بتواند داستان را پیش ببرد نه اینکه سبب پس‌رفت آن شود. بعضی از آزمون‌هایی که برای اصلاح درون‌مایه به کار می‌برید از این قرارند: اگر درون‌مایه در چکیده‌ی روایی بروز کند، احتمالاً نویسنده دارد در داستان دخالت می‌کند. اگر درون‌مایه در گفت‌وگوی شخصیت‌ها یا تک‌گویی‌های ذهنی آن‌ها بروز کند، احتمالاً حضور آن بلامانع است (مخصوصاً اگر در پیش بردن داستان نقش داشته باشد). اگر به واسطه‌ی کنش‌های ملموس داستان به درون‌مایه اشاره شده باشد، آنگاه با احتمال بسیار زیاد، حضور آن منطقی است.

حواستان به جاهایی از داستان که با درون‌مایه تناقض دارد، باشد. اگر چنین نقاطی پیدا کردید، یا می‌توانید آن‌ها را به‌گونه‌ای رفع کنید که تناقض از بین برود و یا با نوشتن یکی دو خط بر آن‌ها صحنه بگذارید (به‌طوری که مشخص شود شما، به‌عنوان نویسنده می‌دانید تناقض‌هایی وجود دارند و هیچ پاسخ آسان و مستقیمی موجود نیست). خواننده‌ها باهوش هستند و متوجه تناقضات و ناسازگاری‌هایی می‌شوند که به‌رغم آن‌ها از دید شما دور مانده است. اما اگر شخصیت‌های شما بر این تناقض‌ها صحنه بگذارند – یا با آن‌ها گلاویز شوند – خواننده خواهد دانست که شما از وجود تناقض‌ها آگاهید. به این ترتیب می‌توانید قسر در روید.

بخش ۳

ویرایش و پرداخت داستان و شخصیت‌ها

موج پنجم

ریچ تنانت



"حالا که اصرار می‌کنی، باید بگویم دلیل اینکه در هیچ‌یک از
رمان‌هایم حضور نداری این است که شخصیت قابل باوری نیستی."

در این بخش...

اگر بتوانید در اولین پیش نویس هر داستانی که می نویسید، نثری بی نقص داشته باشید، فوق العاده است. اما واقعیت نویسندگی این است که ویرایش و پرداخت هستند که داستان های فوق العاده ای را به مرحله ای عرضه و درخشش می رسانند. در این بخش تحلیل شخصیت ها، بررسی موشکافانه ی ساختار داستان و نیز ویرایش صحنه ها را به شما یاد می دهیم.

تحلیل شخصیت‌های داستان

در این فصل

- ◀ خواندن داستان به منظور بررسی شخصیت‌ها
- ◀ ثبت جزئیات مربوط به شخصیت‌ها
- ◀ تحلیل انگیزه‌ها
- ◀ ارزیابی راوی و شخصیت مُشرف انتخابی
- ◀ بهبود شخصیت‌ها

پس از اینکه داستان‌تان را نوشتید، باید عیب‌ها و ایرادها را به چشم برنید و از قوام نوشتار خود اطمینان حاصل کنید. این کار با تحلیل دقیق شخصیت‌ها آغاز می‌شود. داستان‌های عالی، نیازمند شخصیت‌های عالی هستند. پس، از بازنویسی شخصیت‌هایتان واهمه نداشته باشید و این کار را تا زمانی که آن‌ها کاملاً زنده و سبب‌دهی شوند ادامه دهید.

در فرایند داستان‌نویسی زمانی فرا می‌رسد که شما باید پرونده‌ی شخصیت‌ها را طرح‌ریزی کنید. پرونده‌ی شخصیت، تمام اطلاعات مربوط به او را یکجا در اختیار شما می‌گذارد. این عصر برای حفظ ثبات داستان و خلق شخصیت‌های کامل لازم است. عاقلانه است که حتی اگر چیز زیادی هم درباره‌ی شخصیت‌ها نمی‌دانید، جمع‌آوری پرونده‌ی آن‌ها را پیش از آغاز به نوشتن داستان شروع کنید. در ضمن هوشمندانه است که همزمان با نوشتن داستان با حتی پس از خوانش و ویرایش آن در انتهای کار، همچنان مطالبی را به این پرونده اضافه کنید. با این حال، تقریباً تمام نویسندگان شخصیت‌های داستان خود را پس از نوشتن اولین پیش‌نویس تحلیل می‌کنند. به همین دلیل است که پرونده‌ی شخصیت را در این فصل برایتان توضیح می‌دهیم.

ما در فصل ۷ درباره‌ی اهمیت انگیزه‌ی شخصیت‌ها با شما صحبت کردیم. تعریف ما از انگیزه، ترکیبی است از مجموعه‌ی ارزش‌ها، آرزوها و اهداف داستانی. شما نمی‌توانید بدون داشتن هدف داستانی یک داستان بنویسید، زیرا هدف داستانی ملموس‌ترین چیزی است که شخصیت اصلی داستان می‌خواهد آن را داشته باشد، انجام‌اش دهد یا به آن تبدیل شود. در حالت عادی هدف داستانی از یک انگیزه‌ی انتزاعی و درونی شخصیت سرچشمه می‌گیرد. انگیزه‌ها نیز به بوبه‌ی خود از دل ارزش‌های شخصیت برمی‌خیزند. (ارزش یعنی حقایق درونی‌ای که شخصیت به بدیهی بودن آن‌ها ایمان

دارد و نمی‌تواند آن‌ها را توصیح دهد.) ارزش‌ها از کجا می‌آیند؟ پاسخ این سؤال بر ما پوشیده است. ارزش را نمی‌توان به‌طور کامل شرح داد، اما می‌توان با توجه به پیشینه‌ی داستانی شخصیت شما، توجیهات نسبی برای آن ارائه داد. ممکن است داستان را با دیدگاهی نوشته باشید که به‌نظر خودتان بدیهی می‌آید. وقتی که آمادگی ویرایش داستان را پیدا کردید، باید آن دیدگاه را دوباره بررسی کنید و مطمئن شوید که با ماجرای داستان‌تان تناسب کافی دارد. سپس باید ببینید که آیا در سرتاسر نوشتار خود، در انتخاب زوایای دید ثبات داشته‌اید یا خیر.

در این فصل شما را با مراحل تحلیل و اصلاح شخصیت‌های داستان آشنا می‌کنیم. همچنین به بحث درباره‌ی ثبت کوچک‌ترین جزئیات مربوط به شخصیت‌ها، رجوع به انگیزه‌های آن‌ها، حصول اطمینان از تأثیرگذاری روایای دید انتخابی و تقویت شخصیت‌ها خواهیم پرداخت.

خواندن کامل و پیشرفته: کسب آمادگی برای ویرایش

پیش از آنکه ویرایش را آغاز کنید، باید به‌نمای کلی کار نگاهی بیندازید. توصیه‌ی ما به شما این است که مروری کامل و پیشرفته بر کل داستان انجام دهید تا نمای کلی آن را ببینید. حین خواندن داستان اصلاً به خود آن دست نزنید. به‌جای این کار درباره‌ی کارهایی که باید انجام دهید یادداشت بردارید و توصیه‌هایی را که در ادامه‌ی این فصل در اختیارتان خواهیم گذاشت به‌کار ببندید.

دست‌نوشته‌ی کامل‌شده را با دقت بخوانید و از هر صحنه یادداشت بردارید. می‌توانید نظرات‌تان را روی کاغذ بنویسید، یا آن‌ها را در متن وارد کنید. اگر این کار را در نرم‌افزار وُرد انجام می‌دهید، از گزینه‌ی Comment استفاده کنید. ویرایش بکنید. هدف شما در این مرحله این است که از قوام ساختار شخصیت‌ها اطمینان حاصل کنید. با خواندن هر صحنه، در ذهن خود به این سؤالات پاسخ دهید:



✓ شخصیت مُشرف این صحنه کیست؟ آیا او بهترین گزینه‌ی شخصیت مُشرف در این صحنه است؟

✓ اگر از زاویه‌ی دید سوم‌شخص معمولی، اول‌شخص یا دوم‌شخص می‌نویسید، آیا فقط چیزهایی را می‌نویسید که شخصیت مُشرف می‌بیند، می‌شنود، می‌اندیشد، می‌داند، احساس می‌کند، می‌بوید، می‌چشد یا لمس می‌کند؟

✓ اگر از زاویه‌ی دید سوم‌شخص بی‌طرف می‌نویسید، آیا در جایی از داستان، تصادفاً از احساسات یا تک‌گویی‌های درونی استفاده کرده‌اید؟ آیا این بدین معناست که شما در خفا دوست دارید از زاویه‌ی دید سوم‌شخص معمولی استفاده کنید؟

✓ آیا شخصیت‌های شما بیان‌های منحصر به فرد و خاصی در گفت و گوها و تک‌گویی‌های درونی دارند؟

✓ آیا شخصیت‌ها کسل‌کننده، سطحی، غیرقابل باور و نجسب هستند؟

پس از اینکه خوانش کامل و پیشرفته را تمام کردید، همچنان کارهای زیادی باید انجام دهد تا شخصت‌ها تان را به‌خوبی تکمیل کنید. مراحل زیر را به‌ترتیب انجام دهید:

۱. تمام یادداشت‌های خود را مرور کنید و در آن‌ها به‌دنیا الگو بگردید.

مشکلات اصلی هر یک از شخصیت‌ها چیست.

۲. زمانی را صرف فلسفیدن درباره‌ی شخصیت‌ها کنید.

چه تغییراتی باید ایجاد کنید تا شخصیت‌ها را به حد انتظار برسانید.

۳. با مرور پرونده‌ی هر شخصیت، آن را بهبود بخشید.

برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی نحوه‌ی آماده کردن پرونده‌ی شخصیت، قسمت بعدی را بخوانید.

هنوز وقت آن نرسیده که در دست‌نوشته‌ی خود دست ببرید. ممکن است در ساختار داستان و صحنه‌ها مشکلاتی وجود داشته باشد که ناگزیر از اصلاح آن‌ها باشید. از آنجا که شخصیت و پی‌رنگ دو عنصر درآمیخته‌اند، ین نیاز وجود دارد که پیش از ایجاد تغییرات، به‌خوبی به این دو بپردازید. وقتی خواستید اصلاحاتی را که در فصل‌های ۱۳، ۱۴ و ۱۵ از آن‌ها صحبت خواهیم کرد اعمال کنید، باید همه‌ی مطالب جدیدی را که در این فصل درباره‌ی شخصیت‌ها کشف خواهید کرد نیز در نظر بگیرید.



پرونده‌سازی برای شخصیت‌ها

فرض کنید در حل خواندن ای‌میل‌های هواداران تان هستید که ناگهان متوجه می‌شوید یکی از آن‌ها حس مثبت‌تری نسبت به بقیه دارد. عنوان این ای‌میل از این قرار است: "عاشق رمان تان شدم!!!!" ای‌میل را باز می‌کنید و نگاهی به آن می‌اندازید:

نویسنده‌ی محترم

تمام شب بیدار نشسته بودم و رمان شما را می‌خواندم. از واژه‌واژه‌ی آن لذت بردم. در طول داستان، حساسی مرا سر کار گذاشته بودید. تهریک می‌گویم. چون من خیلی رمان می‌خوانم و سر کار گذاشتن‌ام کار سختی است. در حال حاضر دارم روی رمان خودم کار می‌کنم. هیچ اجباری در کار نیست، آیا دوست دارید آن را مطالعه کنید؟

در ضمن، با اجازه‌ی شما مایلم عرض کنم که حاصریم به‌عنوان نمونه‌خوان در خدمت‌تان باشیم. متوجه شدم که کیتی‌سو در صفحه‌ی ۱۷ کتاب شما چشمانی سبز دارد، اما در صفحه‌ی ۳۲۳ چشم‌هایش قهوه‌ای‌اند. جوناس هم در صفحه‌ی ۳، ۱۸۰ یوند است، اما سه فصل بعدتر، وزن‌اش به ۲۱۰ یوند رسیده است. در حالی که در تمام این سه فصل اثری از پرخوری در او دیده نمی‌شود. در ضمن می‌خواستم بپرسم که چطور مادر بزرگ مادری جوناس اول ایرلندی بود، دفعه‌ی دوم مجار و در پایان داستان باز هم ایرلندی؟

به جز این موارد، داستان فوق‌العاده‌ای بود! درباره‌ی نمونه‌خوانی هم مرا در جریان بگذارید. من از شما پول زیادی نخواهم گرفت، چون فقط ۱۲ سال دارم.

هوادر شما،

جیم‌باب

حقیقت این است که نمی‌توان جلوی اشتباهات را گرفت. شما هرگز کتاب کاملاً بی‌نقصی نخواهید نوشت (اگر هم بتوانید چنین اثری خلق کنید موجود اعصاب خرد کنی خواهید شد که دیگر نویسندگان او را به چشم جوجه اردک زشت خواهند دید). اما هدف شما باید همواره رسیدن به کمال باشد؛ حتی اگر مطمئن باشید که رسیدن به کمال سربازی بیش نیست. شما به خاطر تک‌تک اشتباهات‌تان به واسطه‌ی نامه‌هایی که امثال جیم‌باب برایتان خواهند نوشت، مجازات خواهید شد و این را هم بدانید که برخورد همه‌ی آن‌ها زیبا نخواهد بود.



یکی از خجالت‌آورترین اشتباهاتی که ممکن است از شما سر بزنند، بی‌ثباتی شخصیت‌هایتان است. تغییر رنگ چشم، افزایش یا کاهش ناگهانی وزن و تغییرات پیشینه‌ی قومی تنها سه مورد از بی‌ثباتی‌هایی هستند که ممکن است در داستان شما پیش بیایند. وقتی که داستان تنها یک یا دو شخصیت محوری دارد و یا وقتی فقط یک کتاب نوشته‌اید، با احتمال کمتری مرتکب اشتباه خواهید شد. اما همین که شخصیت‌ها و کتاب‌هایتان پرتعداد شوند، اوضاع حسابی قمر در عقرب خواهد شد.

سپر دفاعی شما در برابر تمام این نقص‌ها، پرونده‌سازی است؛ پرونده‌ای که در آن تمام جزئیاتی را که باید درباره‌ی تک‌تک شخصیت‌ها به خاطر بسپارید، ثبت می‌کنید. پرونده نه عنصری تشریفاتی و شیک، بلکه ابزاری است که کارتان را روی غلتک می‌اندازد. پس بهتر است آن را جایی نگه‌دارید که پیدا کردن‌اش در آینده راحت باشد.

نویسندگان از پرونده‌ی شخصیت‌ها دو استفاده‌ی متمایز می‌کنند:

✓ به‌عنوان ابزاری نوآورانه: نوشتن پرونده، تمرین بسیار خوبی برای شناختن تمام شخصیت‌های داستان است. پرونده ابزار کارآمدی است که خلاقیت شما را به

اشکال غیرقابل پیش‌بینی‌ای بارور می‌کند، ممکن نیست که از قبل بدانید کدام جزئیات روی داستان شما تأثیر خواهند گذاشت و کدام یک از آن‌ها بی‌تأثیر خواهند بود. بنابراین بهتر است همه چیز را در پرونده‌ی شخصیت‌ها ثبت کنید (حتی چیزهایی که به‌نظرتان ربط خاصی به اصل داستان ندارند).

اگر تا لحظه‌ی پایان پیش‌نویس اولیه، هنوز پرونده‌ای برای شخصیت‌ها نساخته‌اید، نگران نشوید. در این مقطع از کار هم، پرونده‌سازی برای شخصیت‌ها می‌تواند به کشف ایده‌های بدیعی برای پیش‌نویس دوم داستان بینجامد. بعضی از جزئیات پیش یا افتاده‌ی شخصیت‌ها، در ادامه‌ی فرایند داستان‌نویسی، تلنگرهای خوبی برای گسترش پی‌رنگ هستند. مثلاً ممکن است فکر کنید اصلاً و ابداً نیازی به دانستن نام اولین سگ خانگی شخصیت‌تان ندارید. اما نوشتن نژاد این حیوان در پرونده‌ی شخصیت، می‌تواند بعداً تبدیل به این ایده شود که شخصیت داستان شما درباره‌ی نژاد سگ‌ها و خرید و فروش آن‌ها اطلاعات زیادی دارد.

✓ به‌عنوان ابزاری برای ویرایش: اگر جزئیات پرتعداد شخصیت‌ها را ثبت کنید، وقتی ثبات داستان دچار مشکل می‌شود، می‌توانید با مراجعه به پرونده‌ی شخصیت‌ها، مشکل به وجود آمده را حل کنید. در ساعت ۳ بامداد روزی که بناس‌ت کتاب را تحویل دهید، یافتن رنگ چشم کیتی‌سو یا وزن جوناس در یک پرونده‌ی ده صفحه‌ای از زیر و رو کردن یک دست‌نوشته‌ی چندصد صفحه‌ای آسان‌تر است.

توصیه‌ی ما این است که پوشه‌ای مجزا در حافظه‌ی کامپیوترتان درست کنید و (مثلاً) عنوان آن را بگذارید "کتاب‌های نوشته شده"؛ سپس در این پوشه، برای هر یک از کتاب‌هایی که می‌نویسید پوشه‌ای مجزا بسازید که عنوان آن با عنوان کتابی که نوشته‌اید (یا حروف اختصاری عنوان آن) یکی باشد. در پوشه‌ای که خودِ رمان را در آن ذخیره کرده‌اید، پوشه‌ی دیگری بسازید و اسم آن را بگذارید "پژوهش" و پرونده‌ی شخصیت خود را در آن ذخیره کنید. در ضمن می‌توانید یک صفحه‌ی جدید (new document) باز کنید و اسم آن را بگذارید "شخصیت‌ها" و در آن اطلاعات ضروری همه‌ی شخصیت‌های آن رمان را بنویسید.

چه چیزهایی باید در پرونده‌ی شخصیت‌ها ذکر شود؟ تمام چیزهایی که می‌تواند به شما در درک بهتر شخصیت داستان‌تان کمک کنند؛ یا تمام چیزهایی که می‌توانند کمک‌تان کنند جزئیات بی‌شماری را که باید بدانید، به یاد بیاورید. توصیه می‌کنیم خصوصیات زیر را پرونده‌ی شخصیت خود بگنجانید:

✓ ویژگی‌های جسمانی

✓ زندگی عاطفی و خانوادگی

✓ رویکرد فکری و فلسفی

✓ پیشینه‌ی داستانی و انگیزه

این قسمت عناصر بالا را به‌دقت توضیح می‌دهد.

ویژگی‌های جسمانی

ویژگی‌های جسمانی آسان‌ترین مواردی‌اند که می‌توان به خاطر سپرد و در عین حال، اشتباهاتی که ممکن است درباره‌ی آن‌ها رخ دهد، خجالت‌آورترین اشتباهات هستند؛ مثلاً هیچ توضیح آبرومندانه‌ای برای تغییر رنگ چشم یک شخصیت از آبی به قهوه‌ای وجود ندارد. باید هر چیزی را که به‌نظرتان مهم است، ثبت کنید. در اینجا چند ویژگی خاص را که ثبت کردن‌شان لازم است، به شما پیشنهاد می‌کنیم:

✓ تاریخ تولد و سن

✓ قد و وزن

✓ قومیت و اصلیت

✓ رنگ چشم و مو

توصیف دقیقی از ظاهر و ویژگی‌های جسمانی شخصیت ارائه دهید و در آن به جای زحمات، معلولیت‌های جسمی و طرز لباس پوشیدن او نیز اشاره کنید.

زندگی عاطفی و خانوادگی

خواننده‌های شما می‌خواهند از زندگی خصوصی شخصیت‌ها سر دریاورند. این مورد، نسبت به ویژگی‌های جسمانی شخصیت‌های داستانی، کمی گسترده‌تر است. در اینجا به تعدادی از نکاتی که می‌توانید کار خود را با آن‌ها شروع کنید اشاره می‌کنیم. نکات زیر را، به همراه سایر مسائلی که برای شخصیت‌هایتان مناسب به‌نظر می‌رسند، در نظر بگیرید:

✓ خلق و خوی و چطور است؟ در حداکثر ۲۵ کلمه توضیح دهید.

✓ شخصیت شما از چه نوع شوخ‌طبعی‌ای برخوردار است؟

✓ باورهای مذهبی شخصیت داستان‌تان چگونه است؟ توضیح دهید که این باورها را از کجا آورده است.

✓ شخصیت داستان شما به کدام حزب سیاسی وابسته است و چرا؟

✓ شخصیت داستان شما از چه خانواده‌ای می‌آید؟ خانواده‌ی او را توصیف کنید و

درباره‌ی وادین، خواهر، برادر و فرزندانش توضیح دهید. ممکن است لازم شود از پدربزرگ و مادربزرگ، عمو/عمه/خاله/دایی‌زاده‌ها، همسر و سایر خویشان او هم صحبت کنید.

✓ دوستان شخصیت شما چگونه آدم‌هایی هستند؟ توصیف‌شان کنید و بهترین دوست مذکر یا مؤنث شخصیت خود را نیز معرفی کنید.

✓ دشمنان شخصیت چه کسانی‌اند؟ توصیح دهید که آن‌ها چگونه با او دشمن شدند.

✓ در جیسب، کیف پول، کیف دوشی و کوله‌پشتی شخصیت‌تان چه چیزهایی وجود دارد؟ محتویات آن‌ها را با دقت توصیف کنید.

✓ خانه‌ی شخصیت‌تان چه شکلی است؟ آن را دقیق توصیف کنید.

✓ بهترین و بدترین خاطره‌ی کودکی او چیست؟

✓ شخصیت داستان شما چه توصیفی از خود ارائه می‌دهد؟

✓ دوستان این شخصیت او را چگونه توصیف می‌کنند؟

زندگی حرفه‌ای و فلسفی

شخصیت شما وجهه‌ای عمومی دارد که مسائلی نظیر تحصیلات و شاید حرفه در آن می‌گنجد. در ادامه نکاتی را ذکر می‌کنیم که ممکن است لازم باشد در پرونده‌ی شخصیت‌های داستان خود به آن‌ها بپردازید:

✓ پیشینه‌ی تحصیلی

✓ سوابق کاری و نوع حرفه‌ی او

✓ موسیقی، کتاب و فیلم‌های مورد علاقه‌ی او

✓ سرگرمی‌های مورد علاقه‌ی او

✓ فلسفه‌ی شخصی او (و اینکه این فلسفه از کجا آمده است)

پیشینه و انگیزه

بیان پیشینه و انگیزه‌های شخصیت داستان در قسمت‌هایی از نوشتار امری ضروری است. پرونده‌ی شخصیت، فضای بسیار خوبی برای ذکر این نوع اطلاعات به‌دست می‌دهد، زیرا می‌توانید در زمان نیاز به آن‌ها دسترسی پیدا کنید. پرونده‌ی شخصیت باید شامل انگیزه‌ها و پیشینه‌ی داستانی او باشد. اگر این موارد را برای شخصیت اصلی خود مشخص و تعریف نکردماید، تأکید می‌کنیم که تمرین‌هایی را که در فصول ۷ برایتان در

نظر گرفته‌ایم، برای هر یک از شخصیت‌ها انجام دهید. صادقانه بگوییم که هیچ چیز جایگزین خوبی برای این تمرین‌ها نخواهد بود.

در پرونده‌ی شخصیت، یک صفحه (یا بیشتر) را برای پیشینه‌ی داستانی شخصیت‌های اصلی و کمتر از یک صفحه را برای پیشینه‌ی شخصیت‌های حاشیه‌ای در نظر بگیرید. همچنین لازم است در چند جمله ارزش‌ها، آرزوها و اهداف داستانی شخصیت‌های اصلی را بیان کنید.

می‌توانید در هر زمانی که برایتان مناسب‌تر است، به انگیزه و پیشینه‌ی شخصیت‌ها بپردازید. این بستگی به الگوی نوشتاری خلافتانه‌ی شما دارد (که در فصل ۴ به تفصیل درباره‌ی آن‌ها و نحوه‌ی تأثیرگذاری‌شان روی روند کاری خلاق نویسنده توضیح داده شد). اگر از بیروان روش غریزی یا ویرایش همزمان هستید، ممکن است کل پیش‌نویس اولیه را بنویسید و بعد تازه به انگیزه‌ها یا پیشینه‌ی شخصیت‌ها فکر کنید. اگر روش طرح کلی یا دانه‌برفی را دنبال می‌کنید، احتمالاً ترجیح می‌دهید ابتدا انگیزه‌ها و پیشینه‌ی شخصیت را مشخص کنید تا پیش‌نویس اولیه‌ی کارتان به نسخه‌ی نهایی آن شباهت بیشتری داشته باشد. فرقی نمی‌کند کدام روش را مناسب می‌دانید. فقط سعی کنید حتماً کارهایی را که از شما خواستیم انجام دهید.



در قسمت بعدی از شما می‌خواهیم شخصیت‌ها را روانکاوی کنید و به کنکاش در ژرفای انگیزه‌های آن‌ها بپردازید.

روانکاوی شخصیت‌ها

بزرگ‌ترین مشکلی که نویسنده‌ها با انگیزه‌ی شخصیت‌ها دارند این است که اصلاً برای آن‌ها انگیزه‌ای در نظر نمی‌گیرند. راه‌حل اصلی این مشکل تلاشی آگاهانه برای یافتن انگیزه‌های درونی هر یک از شخصیت‌های مهم است (در فصل ۷ درباره‌ی انگیزه‌های درونی صحبت کردیم):

- ✓ ارزش‌ها: حقایق درونی شخصیت شما کدام‌اند؟ می‌توانید به چند مورد اشاره کنید
- ✓ آرزو: کدام امر انتزاعی است که شخصیت شما آن را بیش از هر چیزی در این دنیا طلب می‌کند؟
- ✓ هدف داستانی: کدام امر ملموس است که شخصیت شما رسیدن یا تبدیل شدن به آن را همسنگ رسیدن به آرزویش می‌داند؟

اگر این موارد را برای شخصیت‌ها مشخص کرده‌اید که خیلی عالی است. در این صورت هدف‌تان باید ویرایش اثر جهت بهبود این موارد، عمق بخشیدن به شخصیت‌های

داستن، برجسته کردن کشمکش‌ها و منطقی جلوه دادن تمام این‌ها برای خواننده باشد. نکاتی که در قسمت بعدی خواهید آموخت، می‌توانند شما را در انجام چنین کارهایی یاری کنند.

آیا ارزش‌ها با هم در تناقض‌اند؟

هر شخصیت ارزش‌هایی دارد. داستان‌های فوق‌العاده از ناسازگاری این ارزش‌ها به وجود می‌آیند. ارزش‌ها حقایق درونی هستند که شخصیت داستان شما آن‌ها را، بدون آرمودن، بدیهی می‌پندارد. وقتی حقایق درونی شخصیت اصلی‌تان دچار تناقض باشند، او غیرقابل پیش‌بینی خواهد بود و به تبع آن، داستان هم غیرقابل پیش‌بینی می‌شود.



حالا دو مورد از ارزش‌های متناقض دُن کورلثونه، رهبر مافیایی رمان پدرخوانده، اثر ماریو پوزو را در نظر بگیرید:

✓ "هیچ چیز از احترام مهم‌تر نیست"

✓ "هیچ چیز از خانواده مهم‌تر نیست."

مشکلات دُن کورلثونه زمانی آغاز می‌شود که یک عضو جوان مافیا نزد او می‌آید و به او پیشنهاد همکاری در یک معامله‌ی مواد مخدر می‌دهد. کورلثونه معتقد است که این نوع خلاف برای کسب و کار او آمد ندارد و به همین دلیل نمی‌خواهد در آن دست داشته باشد. اما سانی، پسر ارشد دُن کورلثونه، به این کار علاقه نشان می‌دهد و قضاوت پدرش را در حضور دلال مواد زیر سؤال می‌برد. این کار او بی‌احترامی علنی و گستاخانه‌ای تلقی می‌شود. دُن کورلثونه پسرش را توبیخ می‌کند، اما او را از خود نمی‌رانند. در اینجا، عشق او به خانواده‌اش، با نیاز او به احترام دچار کشمکش است.

این اشتباهی جبران‌ناپذیر بود. دلال مافیا که تحقیر هم شده است، متوجه نقطه ضعف کورلثونه می‌شود و تلاش می‌کند او را ترور کند تا بتواند معامله را با پسرش سانی انجام دهد. به این ترتیب درگیری خشونت‌بار و شدیدی بین خانواده‌ی کورلثونه و پنج خانواده‌ی مافیایی بزرگ نیویورک آغاز می‌شود.

وقتی داستان خود را می‌خوانید، به این پرسش پاسخ دهید که آیا ارزش‌های شخصیت‌های اصلی دچار تناقض هستند یا خیر؟ اگر نه، آیا می‌توانید آن‌ها را طوری صلاح کنید که تناقض پیدا کنند؟ آیا می‌توانید با افزودن ارزش جدیدی، ارزش‌های فعلی را به ورطه‌ی ناسازگاری بکشانید؟



آیا ارزش‌ها با توجه به پیشینه‌ی شخصیت منطقی‌اند؟

شخصیت‌های داستان شما معمولاً نمی‌توانند توجیهی برای ارزش‌هایشان ارائه دهند. ارزش حقیقی است که تقدس و صحت آن به قدری زیاد است که صرفاً نمی‌توان آن را توضیح داد. اگر شخصیتی بتواند ارزش‌هایش را توضیح دهد، احتمالاً او را به اندازه‌ی کافی پرداخت نکرده‌اید؛ گاهی حقایق درونی‌ای وجود دارند که ارزش‌ها به پشتوانه‌ی توجیه آن‌ها وجود دارند. اگر چنین است، ارزش‌های فعلی شخصیت شما جنبه‌ی کاذب دارند و آن حقایق درونی، ارزش‌های واقعی‌ای هستند که شخصیت شما به آن‌ها ایمان دارد.

شما شخصیت داستانی خود نیستید. شما خدای جهانی هستید که به عنوان دنیای داستانی خلق می‌کنید. شما دانای کن هستید و می‌توانید ارزش‌های شخصیت‌هایتان را - تا حدودی - با توجه به پیشینه‌ی داستانی او توضیح دهید. جایی در میان معماهای نیمه‌فراموش‌شده‌ی زمان، دلایلی برای توجیه ارزش‌های شخصیت شما وجود دارد.



جستجوی سرچشمه‌ی ارزش‌های دُن کورلثونه

چرا دُن کورلثونه تا این حد به احترام نیاز دارد؟ چرا او خودش را آدمی که "احترام سرش می‌شود" تلقی می‌کند؟ او نمی‌تواند پاسخ واضحی به این سؤالات بدهد، زیرا ارزش‌هایش برایش جنبه‌ی بدیهی دارند، اما برای پاسخ به این سؤالات باید ابتدا به این موضوع توجه کنیم که دُن اهل سیسیل است، او در فرهنگی بزرگ شده که در آن احترام و حیثیت ارزش زیادی دارد. در چنین فرهنگی آبرو و شرف از پول باارزش‌تر است. کسب و کار دُن کورلثونه در آمریکا الزاماً به رعایت احترام رفقا و دشمنان او وابسته است.

چرا دُن کورلثونه تا این حد برای خانواده ارزش قائل است؟ باز هم باید متذکر شویم که این موضوع بخشی از فرهنگ سیسیلی است. وفاداری به تبار و خانواده‌ی درجه‌ی یک یعنی همه چیز؛ توضیحی هم لازم نیست. اصلاً توضیح دادن در این مورد ممکن نیست. اگر هم کسی از دُن کورلثونه توضیحی در این باره بخواهد، او بسیار متعجب خواهد شد.

اما تمام سیسیلی‌ها به سرکردگان مافیا تبدیل نمی‌شوند. چه چیزی رسیدن دُن کورلثونه به جایگاه ریاست یکی از مخوف‌ترین خانواده‌های مافیایی کشور را توضیح می‌دهد؟ دُن کورلثونه به ارزش دیگری نیز ایمان دارد که هنوز به آن اشاره نکرده‌ایم: "یک مرد واقعی وظیفه دارد به هر شکلی که می‌تواند از قدرت استفاده کند تا خانواده‌ی خود و افرادی که به او احترام می‌گذارند را زیر پر و بال خود بگیرد."

این ارزش در اولین فصل از رمان پدرخوانده آشکار می‌شود. دُن کورلثونه در روز عروسی

دخترش چهار ملاقات کننده‌ی مختلف دارد که هر کدام از او چیزی می‌خواهند. پاسخ دُن به هر یک از آن‌ها به‌وضوح بیانگر ارزش‌های اوست. ملاقات کننده‌هایی که همواره احترام دُن را بگه داشته‌اند، به خواسته‌هایشان می‌رسند. اما آن‌هایی که چنین سابقه‌ای ندارند، باید اول رسم ادب و احترام را بیاموزند و بعد از امتیازت آشنایی با پدرخوانده بهره‌مند شوند.

دُن کورلثونه این ارزش‌ها را از کجا آموخته است؟ خواننده‌ها پاسخ این سؤال را تا چند فصل نخواهند دانست. اما سرانجام، ماریو پوزو چند صفحه را به پیشینه‌ی دستانی دُن کورلثونه اختصاص می‌دهد و نشان می‌دهد که چطور تصمیم‌های یک جوان افتاده و سر به زیر سیسیلی، به واسطه‌ی بی‌عدالتی‌ها و تحقیرهایی که جامعه به امثال او روا می‌دارد، او را به پدرخوانده‌ی قهاری تبدیل می‌کند. در انتهای این سکانس از پیشینه‌ی داستانی کورلثونه، همچنان نمی‌توان او را فردی پایبند به اخلاقیات دانست. اما خواننده درک می‌کند که چگونه دُن کورلثونه اعمالش را برای خود توجیه می‌کند.

مفهوم بخشیدن به ارزش‌های شخصیت‌ها

بعضی از شخصیت‌ها ارزش‌های فرهنگی را به ارث می‌برند و دیگر شخصیت‌ها، ارزش‌های فرهنگی را بر اساس تجربیاتی که در اوایل عمر خویش داشته‌اند خلق می‌کنند. شما باید بتوانید برای هر یک از این ارزش‌ها توجیهی داشته باشید اما انتظار نداشته باشید که بتوانید به شکل برگشت‌ناپذیری ثابت کنید که این "حقایق درونی" واقعاً صحت دارند. ارزش‌ها به‌شدت جنبه‌ی خصوصی دارند و بنا به ذات خود قابل اثبات نیستند. بهترین کاری که می‌توانید بکنید این است که به‌شکلی منطقی نشان دهید که ارزش‌های یک شخصیت با توجه به فرهنگ، خلق و خو، ویژگی‌های موروثی و تجربیات زندگی‌اش برای شخص او معنی دارند. این تنها چیزی است که نیاز دارید.

وقتی دارید دست‌نوشته‌ی خود را می‌خوانید به این سؤالات جواب دهید:



✓ آیا ارزش‌های شخصیت‌ها از نظر شما معنا دارند؟ حتی اگر با آن‌ها موافق هم نیستید، آیا می‌توانید درک کنید که شخصیت داستان‌تان چگونه به آن‌ها معتقد شده است؟

✓ اگر ارزش‌ها معنی نمی‌دهند، آیا می‌توانید برای شخصیت‌ها راهی پیدا کنید که از طریق آن، ارزش‌هایی را که در حال حاضر غیرمنطقی به نظر می‌رسند، توجیه کنند؟

✓ اگر توجیه هر یک از ارزش‌ها سست می‌نماید، آیا می‌توانید آن را تقویت کنید؟ اگر نه، شاید این ارزش‌ها ایرادات اساسی دارند و شاید لازم باشد ارزش‌های منطقی‌تری به‌جای آن‌ها قرار دهید، زیرا خواننده به‌راحتی قبول نمی‌کند که هرکسی بتواند بدون دلیل چنین ارزشی را بپذیرد.



هر شخصیتی فکر می‌کند که خودش قهرمان داستان است. هیچ شخصیتی هم باور نمی‌کند که یک شیطان مجسم است. شخصیت‌ها رفتار خود را به واسطه‌ی ارزش‌هایی که به آن‌ها ایمان دارند توجیه می‌کنند (ارزش یعنی حقیقتی درونی که درستی آن از نظر شخصیت داستان شما بدیهی است). هرچه احتمال تکذیب ارزش‌های شخصیت‌ها توسط خواننده بیشتر باشد، وظیفه‌ی شما به‌عنوان نویسنده سنگین‌تر می‌شود، زیرا باید در پیشینه‌ی شخصیت‌ها نشان دهید که ارزش‌های او چگونه به‌وجود آمده‌اند. خواننده باید بپذیرد که شخصیت معتقد است ارزش‌هایش کاملاً درست هستند. این راز خلق شخصیت‌های سه‌بعدی است.

آیا آرزوها از ارزش‌ها به‌وجود می‌آیند؟

هر شخصیت یک آرزو دارد. آرزو امری انتزاعی است که شخصیت بیش از هر چیزی طالب آن است. بعضی از شخصیت‌ها از ابتدای داستان می‌دانند که چه آرزویی دارند. سایر شخصیت‌ها به مرور آرزوهایی پیدا می‌کنند فارغ از این مسائل، آرزو باید از دل ارزش‌های شخصیت بجوشد. پدرخوانده داستان مایکل کورلثونه، حواش‌ترین پسر دُن کورلثونه است که آرزو می‌کند مانند پدرش باشد. در آغاز داستان، این آرزو برای مایکل دور از دسترس می‌نماید. سال ۱۹۴۵ است و مایکل، کهنه‌سرباز ارشی‌ای که از جنگ برگشته، اکنون داشجویی است که ظاهراً روابط تبهکارانه‌ی خانواده‌اش را نفی می‌کند و نامزدی غیرایتالیایی دارد که فکر می‌کند حرف‌های او درباره‌ی گذشته‌ی تیره و تاری پدرش شوخی‌ای بیش نیست.

اما مایکل کورلثونه همان رگ و ریشه‌ی پدرش را دارد و درست مثل او از اراده‌ای آهنین برخوردار است و بر احساسات خود تسلطی بی‌بدیل دارد. او ارزش‌های پدرش - خانواده و احترام - را از او وام گرفته و درست مثل او، نمی‌تواند درباره‌ی علت اعتقادش به این ارزش‌ها توضیح خاصی ارائه دهد. وقتی دُن کورلثونه توسط یکی از اعضای مافیای رقیبش به‌شدت زخمی می‌شود، مایکل کورلثونه، عضو خلف خانواده‌اش است که داوطلب می‌شود مردی را که دستور ترور پدرش را داده به قتل برساند. این اولین قدم مایکل در جهت رسیدن به آرزویی است که در این مقطع از زندگی‌اش تصویر گنگی از آن دارد: آرزوی اینکه پا جای پای پدرش بگذارد.

این آرزو از دل ارزش‌های مایکل جوشیده است. مایکل، تا لحظه‌ی زخمی شدن پدرش این توانایی را داشت که خود را از کسب و کار خانواده‌اش مبرا بداند. اما او صرفاً نمی‌تواند بدون گرفتن انتقام پدرش به زندگی عادی ادامه دهد. او قدرت چنین کاری را ندارد. پیوند خونی او با دُن کورلثونه وی را ملزم به گرفتن انتقام می‌کند. مایکل قصد دارد این کار را به‌شکلی انجام دهد که پرايش - حتی در میان برادران و سردمداران مافیایی هم‌رده‌ی پدرش - احترام و اعتبار به همراه داشته باشد. او گزینه‌های دیگری

هم پیش رو دارد که هیچ‌یک چنین اعتبار و احترامی برایش به همراه نخواهند داشت. او بیش از آنچه فکرش را می‌کرد به پدرش شبیه است.

در حالی که داستان‌تان را می‌خوانید از خود پرسید که آیا آرزویی برای شخصیت‌های اصلی تعیین کرده‌اید یا خیر؟ آیا این آرزو مستقیماً از دل حداقل یکی از ارزش‌های آن شخصیت برمی‌خیزد؟ اگر نه، حداقل دو گزینه پیش رو دارید:



- ✓ ارزش جدیدی برای شخصیت‌تان پیدا کنید که آرزوی او را نوجیه کند.
- ✓ آرزو را طوری تغییر دهید که با ارزش‌های شخصیت‌تان در یک راستا قرار گیرد.

آیا هدف داستانی آرزوهای شخصیت را برآورده خواهد کرد؟

هر شخصیت اصلی به یک هدف داستانی نیاز دارد. هدف داستانی آرزویی ملموس برای به‌دست آوردن، رسیدن یا تبدیل شدن به چیزی است. تا زمانی که شخصیت اصلی‌تان یک هدف داستانی پیدا کند داستانی ندارید. تنها تعدادی رویداد دارید که معنی خاصی برای خواننده نخواهند داشت. اما پس از تعیین هدف داستانی، خواننده درگیر داستان می‌شود. حالا خواننده به قلاب شما گیر کرده است: آیا شخصیت اصلی به هدف داستانی‌اش می‌رسد یا خیر؟

هدف داستانی باید ملموس، ساده، مهم، قابل دستیابی و دشوار باشد (برای جزئیات بیشتر به فصل ۷ مراجعه کنید). اما در مرحله‌ی ویرایش باید یک چیز دیگر را هم تأیید کنید: آیا رسیدن به هدف داستانی، شخصیت داستان شما را به آرزویش می‌رساند؟ اگر نه، می‌توان نتیجه گرفت که شما در کارتان مشکلی جدی دارید.

رسیدن مایکل کورلثونه به آرزویش

در پدرخوانده مایکل کورلثونه احساس می‌کند وظیفه دارد مردی که دستور ترور پدرش را صادر کرده و نیز کاپیتان پلیس فاسدی که دستش با او در یک کاسه بوده را به قتل برساند. کورلثونه در یک رستوران با آن دو قرار می‌گذارد تا درباره‌ی صلح به مذاکره بنشینند و در همان رستوران به آن‌ها شلیک می‌کند. بیست دقیقه بعد، او سوار قایقی می‌شود که به سمت سیسیل می‌رود. او باید تا افتادن آب‌ها از آسیاب در سیسیل مخفی شود.

این پایان پرده‌ی اول و فاجعه‌ای برای مایکل به حساب می‌آید. او می‌خواست به‌رودی با نامزد پروتستان سفیدپوست انگلیسی‌الاصل خود ازدواج کند و یک زندگی عادی را به دور از سایه‌ی معاملات تهکارانه‌ی خانواده‌ی پدری‌اش آغاز کند. حالا او مجبور شده خودش را به سیسیل تبعید کند. در

این مرحله، هدف داستانی مایکل ظاهراً بسیار ساده است: بازگشت به خانه. اما اوضاع از آنچه به نظر می‌رسد پیچیده‌تر است. بله مایکل می‌خواهد به خانه برگردد، اما تحت چه عنوانی؟ مایکل و خواننده، می‌دانند که و هرگز نمی‌تواند به خانه برگردد و زندگی گذشته‌اش را به‌عنوان یک شخصیت قانون‌مدار ادامه دهد. مایکل کورلثونه اکنون یک قاتل است و مجازات مرگی که از سوی پنج خانواده‌ی مافیایی دیگر برایش در نظر گرفته شده، روی پیشانی‌اش نقش بسته است. او قاتل یک پلیس است و مجازات زندان طولانی مدتی - که ارمغان دستگاه قضایی آمریکاست - انتظارش را می‌کشد.

اگر مایکل کورلثونه بار دیگر به خانه بیاید، مجبور است به پدرش، خانواده‌ی پدری‌اش و بیز دستگاه قدرتی که آن‌ها برای خود ساخته‌اند، کمک کند. مایکل کورلثونه هرگز نمی‌تواند به‌عنوان یک بی‌گناه بزرگردد. او مجبور است به‌عنوان عضوی از صنف کورلثونه به خانه برود و یا اصلاً فکر بازگشت را از سر بیرون کند. مایکل کورلثونه به اعتبار پیوندهای خونی‌اش در رقابت با دو برادر بزرگ‌ترش خواهد بود. چه کسی پس از بازنشستگی و مرگ دُن کورلثونه پدرخوانده خواهد شد؟ اگر مایکل به خانه بازگردد، هیچ گزینه‌ای به جز تلاش برای رسیدن به جایگاه پدرخوانده پیش رویش نیست. او باهوش‌ترین پسر دُن کورلثونه است، اما آیا سرسخت‌ترین آن‌ها نیز هست؟ با وجود خلق و خوی اخلاق‌مداری که مایکل کورلثونه در ابتدای داستان از خود به نمایش گذاشت، آیا می‌تواند به‌عنوان پدرخوانده‌ی جدید به خانه بازگردد؟ این سؤال داستانی‌ای است که داستان را تا پایان آن پیش می‌راند.

آرزوی مایکل کورلثونه برای رسیدن به جایگاه پدرش، آرزویی است که او می‌توانست به چندین شکل به آن دست یابد. اما راهی که انتخاب کرد این بود که به پدرش تبدیل شود.

ارزیابی انگیزه‌ها و اهداف داستانی شخصیت‌های اصلی

شما می‌توانید اهداف داستانی را در هر قسمتی از پرده‌ی اول داستان مشخص کنید (پرده‌ی اول معمولاً ربع اول داستان را در برمی‌گیرد - در فصل ۸ درباره‌ی ساختار سه‌پرده‌ای توضیحات کافی داده شده است). هرچه زودتر این کار را انجام دهید، درک داستان برای خواننده راحت‌تر خواهد بود. اما داستان‌های بسیار خوبی هم هستند که هدف داستانی را تا زمن وقوع فاجعه‌ی پرده‌ی اول آشکار بیان نمی‌کنند.

چین خواندن داستان به سؤالات زیر پاسخ دهید:

✓ آیا همه‌ی شخصیت‌ها هدف داستانی دارند؟ اگر نه، به تعریف یک هدف داستانی برای آن‌ها نیاز دارید. در غیر این صورت تنها دلیل وجود آن‌ها کمک به پیشبرد داستان برای دیگر شخصیت‌هاست. هر شخصیت باید زندگی خودش را داشته باشد



- ✓ آیا هر هدف داستانی مستقیماً از آرزوهای شخصیت‌ها منتج می‌شود؟
- ✓ آیا هدف داستانی، ملموس، ساده، مهم، قابل دستیابی و دشوار است؟ اگر هدف داستانی شما هر یک از این ویژگی‌ها را نداشته باشد، قادر به اصلاح آن هستید؟
- ✓ آیا شخصیت‌های اصلی اهداف داستانی‌ای دارند که تا پایان پرده‌ی اول آشکارا اعلام شده باشند؟ اگر نه، آیا می‌توانید اصلاحاتی در کارتان ایجاد کنید تا آن‌ها اهداف داستانی خود را زودتر پیدا کنند؟

راوی: تنظیم دقیق بیان و زاویه‌ی دید

اینکه راوی داستان شما کیست و چطور داستان را تعریف می‌کند می‌تواند تأثیر زیادی روی کارایی شخصیت‌ها و داستان شما داشته باشد. در این قسمت کمک‌تان می‌کنیم که زاویه‌ی دید و شخصیت زاویه‌ی دید (شخصیت مُشرف) را یک بار دیگر ارزیابی کنید و مطمئن شوید که نوشتارتان از ثبات کافی برخوردار است. همچنین یاری‌تان می‌کنیم بیان شخصیت‌ها را نیز پرداخت کنید.

آیا زاویه‌ی دید انتخابی شما برای داستان‌تان مناسب است؟

هر داستانی نیاز به یک زاویه‌ی دید مشخص دارد (برای مرور شش زاویه‌ی دید مرسوم، به فصل ۷ مراجعه کنید). سه زاویه‌ی دیدی که رواج بیشتری دارند، به ترتیب، از این قرارند:

- ✓ سوم شخص: صحنه را از درون یکی از شخصیت‌ها نشان می‌دهید و از ضمائر سوم شخص - او و وی - استفاده می‌کنید.
- ✓ اول شخص: صحنه را از درون یکی از شخصیت‌ها نشان می‌دهید و از ضمیر اول شخص - من - استفاده می‌کنید.
- ✓ جهنده: صحنه را از درون چند شخصیت نشان می‌دهید و از یکی از آن‌ها به دیگری می‌جهید و برای هریک از این افراد از ضمائر سوم شخص استفاده می‌کنید.

در دست‌نوشته‌ی خود از چه زوایای دیدی استفاده کرده‌اید؟ در این قسمت یک بار دیگر انتخاب خود را بررسی می‌کنید و از تناسب آن با داستان اطمینان می‌یابید، زیرا زاویه‌ی دید نامتناسب می‌تواند داستان را از ریخت بیندازد.

ارزیابی زاویه‌ی دید داستان

در این قسمت کمک‌تان می‌کنیم از مناسب بودن زاویه‌ی دید انتخابی‌تان مطمئن شوید. برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی مزایا و معایب گونه‌های زاویه‌ی دید به فصل ۷ مراجعه کنید.

سوم شخص

زاویه‌ی دید سوم‌شخص در تمام ژانرهای داستانی پذیرفته شده است، پس اگر از این زاویه‌ی دید استفاده می‌کنید، خیال‌تان از بابت انتخاب‌تان راحت است. سوم‌شخص، انتخابی خوب و بی‌دردسر است. حالا به سؤالات زیر توجه کنید. پاسخ دادن به این سؤالات شما را یاری می‌کند تا از بهینه بودن استفاده‌ی خود از این زاویه‌ی دید اطمینان کامل داشته باشید:

- ✓ آیا در هر صحنه معلوم است که شخصیت مُشرف کیست؟ (شخصیت مُشرف، شخصیتی است که بناست خواننده با او همذات‌پنداری کند) آیا شخصیت مُشرف را در سریع‌ترین زمان ممکن به صحنه معرفی کرده‌اید؟
- ✓ آیا تصادفاً از ذهن شخصیت مُشرف خارج شده‌اید تا چیزهایی را به خواننده بگویید که از آن‌ها خبر ندارد یا قادر به دیدن‌شان نیست؟
- ✓ آیا گاهی اطلاعاتی را که می‌شد با ظرافت، به‌صورت گفت و گو یا تک‌گویی درونی یک شخصیت بیان کرد، در قالب چکیده‌ی روایی به خواننده عرضه کرده‌اید؟
- ✓ آیا مطمئن‌اید که توصیف‌تان از صافی احساسی شخصیت مُشرف رد شده است؟

اول شخص

بعضی از خواننده‌ها از این زاویه‌ی دید خوش‌شان نمی‌آید. ما هم نمی‌دانیم چرا، زیرا هیچ دلیل تکنیکی خوبی برای توجیه نفرت آن‌ها از این زاویه‌ی دید وجود ندارد. می‌تون گفت که زاویه‌ی دید اول‌شخص، حداقل در راستای اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده با زاویه‌ی دید سوم‌شخص برابری می‌کند. اما این موضوع بر ما پوشیده می‌ماند که چرا برخی از خواننده‌ها سبب به کتاب‌هایی که از زاویه‌ی دید اول‌شخص نوشته شده‌اند اکراه دارند.

سؤالات زیر را از خود بپرسید تا مطمئن شوید از زاویه‌ی دید اول‌شخص بیشترین بهره را خواهید برد:

- ✓ آیا شخصیت مُشرف - یا راوی - می‌تواند در اکثر گُش‌ها حضور فعال داشته باشد؟ یکی از مشکلات اول‌شخص این است که راوی داستان نتواند در تمام کنش‌های یک صحنه حاضر باشد. در این صورت به شخصیت‌های دیگری متوسل شوید تا رویدادهای آن صحنه را بازگو کنند. آیا استفاده از چند شخصیت مُشرف، به‌عنوان راویین ذخیره، در این نوع صحنه‌ها منطقی است؟
- ✓ آیا به تک‌گویی‌های درونی راوی و چکیده‌ی روایی، بیش از حد فضا داده‌اید؟ این

دو مورد، هر دو شیوه‌های ارزشمندی در داستان‌نویسی به‌شمار می‌آیند. اما سؤال ما این است که آیا در استفاده از آن‌ها زیاده‌روی شده است یا خیر.

- ✓ آیا از صمیمیت زیادی که در روایت اول شخص وجود دارد بیشترین بهره را برده‌اید؟
- ✓ اگر راوی بیان محصر به فردی دارد، آیا بیان او در تمام داستان (که شامس کنش‌ها و توصیف‌های شخصیت‌های دیگر نیز می‌شود) رسوخ کرده است؟

جهنده

اکثر ویراستارانی که ما با آن‌ها سر و کار داشته‌ایم از زاویه‌ی دید جهنده بیزارند. اگر به آن‌ها اعتراض کنید و بگویید: «مارگارت میچل در بر باد رفته از این زاویه‌ی دید استفاده کرده است»، اعتنا نمی‌کنند. ویراستارانی که از این زاویه‌ی دید خوش‌شان نمی‌آید، جلسه‌ی خود با شما را با گفتن «تو که مارگارت میچل نیستی، هر وقت مارگارت میچل شدی برگرد اینجا» مختومه اعلام می‌کنند.



- اگر از زاویه‌ی دید جهنده استفاده می‌کنید، بهتر است به پرسش‌های زیر پاسخ دهید:
- ✓ آیا دلیل خوبی برای هر بار که در یک صحنه‌ی واحد شخصیت مُشرف را عوض می‌کنید، دارید؟
- ✓ آیا دفعات جهش‌هایتان آن‌قدر زیاد است که خواننده نمی‌تواند با شخصیت محوری هر صحنه به اندازه‌ی کافی هم‌حسی داشته باشد؟
- ✓ آیا می‌توانید تعداد جهش‌ها را، بدون کاهش تأثیر عاطفی داستان، کاهش دهید؟

دانای کل

این روزها استفاده از زاویه‌ی دید دانای کل چندان رایج نیست. خوب نوشتن داستان در این زاویه‌ی دید کار بسیار سختی است. بسیاری از ویراستاران، دور زاویه‌ی دید دانای کل خط قرمز کشیده‌اند. فایده‌ای هم ندارد اگر به آن‌ها اعتراض کنید و بگویید که «فلان نویسنده، یا بهمان رمان‌نویسی که هوادارش هستید از زاویه‌ی دید دانای کل استفاده می‌کند». این استدلال تا زمانی که شما نتوانید به‌خوبی آن نویسنده بنویسید، محلی از اعراب ندارد.

اگر از زاویه‌ی دید دانای کل استفاده می‌کنید، به این سؤالات جواب دهید:

- ✓ آیا دلیل قانع‌کننده‌ای برای ارائه‌ی اطلاعاتی که روح هیچ شخصیتی از آن خبر ندارد، دارید؟
- ✓ آیا خواننده را به اندازه‌ی کافی وارد ذهن شخصیت‌هی مهم می‌کنید؟ اگر نه، آیا

- ✓ می‌توانید زمان حضور در ذهن چنین شخصیت‌هایی را افزایش دهید؟
- ✓ آیا می‌توانید تعداد دفعات ورود و خروج به ذهن شخصیت‌ها را کاهش دهید؟
- ✓ آیا بخش‌هایی که در حالت دانای کل نوشته شده‌اند، به اندازه‌ی کافی قوی هستند؟

دوم شخص

نوشتن زاویه‌ی دید دوم شخص دشوار است و بسیاری از خواننده‌ها صرفاً نسبت به خواندن داستانی که از این زاویه‌ی دید استفاده می‌کند مقاومت نشان می‌دهند. اگر خوب بدانید که چه می‌کنید، ممکن است در استفاده از این زاویه‌ی دید موفق شوید. اما این انتخاب در هر زمانی برایتان یک امتیاز منفی (و در اولین زمانی که می‌نویسید دو امتیاز منفی) به‌شمار خواهد آمد. پس قبل از انتخاب زاویه‌ی دید دوم شخص، حسابی فکر کنید و نظر چند نویسنده ویراستار با نمانده‌ی ادبی حرفه‌ای را بپرسید تا از درستی انتخاب خود مطمئن شوید.

اگر از زاویه‌ی دید دوم شخص استفاده می‌کنید از خود بپرسید:

- ✓ آیا دلیل قانع کننده‌ای برای استفاده از زاویه‌ی دید دوم شخص به‌جای اول شخص دارید؟
- ✓ آیا برای وارد کردن شخصیت مُشرف به هر صحنه دچار مشکل هستید؟ اگر چنین است، شاید بهتر باشد از شخصیت‌های مُشرف متعدد در زاویه‌ی دید سوم شخص استفاده کنید.

سوم شخص بی طرف

زاویه‌ی دید سوم شخص بی طرف نیز زاویه‌ی دشواری است زیرا شما را مجبور می‌کند از خیر دو مورد از ابزارهایی که کارتان را از کار فیلمنامه نویس‌ها راحت‌تر می‌کند، بگذرید: نوشتن درباره‌ی احساسات و تک‌گویی‌های درونی (که در فصل ۱۰ به تفصیل به آن‌ها پرداختیم). در نتیجه این زاویه‌ی دید به لحاظ تکنیکی چالش برانگیز است: زیرا شما باید تمام احساسات و افکار شخصیت اصلی را تنها به کمک کنش، گفت و گو و توصیف نشان دهید. با این حال نوشتن زاویه‌ی دید سوم شخص بی طرف غیرممکن نیست و اگر بتوانید آن را به‌خوبی پیاده کنید، حالتی سینمایی به اثرتان خواهد داد.

اگر از زاویه‌ی دید سوم شخص بی طرف استفاده می‌کنید، به این سؤالات پاسخ دهید:

- ✓ آیا رمان شما حالت سینمایی پویایی دارد؟
- ✓ آیا خواننده به‌خوبی با شخصیت محوری هر صحنه همذات‌پنداری می‌کند (حتی

زمانی که نمی‌توانید از احساسات و تک‌گویی‌های درونی استفاده کنید؟

✓ آیا گاهی به‌صورت غیرارادی به ذهن شخصیت‌ها وارد می‌شوید؟ اگر چنین است، آیا منطقی‌تر نیست که از سوم‌شخص معمولی استفاده کنید تا بتوانید آگاهانه - و نه به‌صورت غیرارادی - وارد ذهن شخصیت‌ها شوید؟

آیا زاویه‌ی دید انتخابی شما با ژانر داستانی‌تان تناسب دارد؟

به رمان‌های جدیدی که در ژانر شما به چاپ رسیده‌اند (هرچیزی که در ۲۰ سال اخیر چاپ شده باشد "جدید" تلقی می‌شود) مراجعه کنید. چند مورد از این رمان‌ها از زاویه‌ی دید انتخابی شما استفاده کرده‌اند؟ چند مورد زوایای دید دیگری را به کار برده‌اند؟ آیا منتقدان آن‌ها را به خاطر زاویه‌ی دیدشان نقد کرده‌اند؟ یا اینکه زاویه‌ی دید را نادیده گرفته‌اند؟ آیا در نقدهایی که توسط خوانندگان روی اینترنت گذاشته شده، به زاویه‌ی دید اشاره شده است؟ اگر چنین است، این نقدها درباره‌ی زاویه‌ی دید چه نظری دارند؟



اگر چند نویسنده‌ی موفق را در ژانر خود می‌شناسید، از آن‌ها بپرسید نظرشان درباره‌ی زاویه‌ی دید انتخابی شما چیست؟ آیا زاویه‌ی دید داستان شما سد راه موفقیت‌تان خواهد شد؟ اگر چنین است، باید زاویه‌ی دید داستان خود را عوض کنید؛ حتی اگر این کار به‌ظرتان منصفانه نرسد. آیا زاویه‌ی دید شما برای خوانندگان مشکل ایجاد خواهد کرد؟ اگر چنین است، یک‌بار دیگر به انتخاب خود فکر کنید؛ البته در این شرایط اجباری به تغییر زاویه‌ی دید نیست.

اگر می‌توانید در یک همایش ادبی - یا هر محیط دیگری - با ویراستاران و نمایندگان ادبی صحبت کنید، نسخه‌ی نمونه‌ای از دست‌نوشته‌ی خود را به آن‌ها نشان دهید و بپرسید که از نظر آن‌ها زاویه‌ی دید داستان برایتان مشکل‌ساز خواهد شد یا نه.

آیا شخصیت مُشرَفی که انتخاب کرده‌اید مناسب است؟

حنی رمان‌هایی که تنها یک شخصیت مُشرَف دارند نیز ممکن است نیاز به بررسی دقیق‌تری داشته باشند: کدام شخصیت برای داستان شما شخصیت مُشرَف بهتری است؟ برای مثال، در تمام داستان‌های مجموعه‌ی شرلوک هلمز، دکتر واتسون - به‌جای خود شرلوک - شخصیت مُشرَف است. می‌پرسید چرا؟ زیرا هلمز به مهارت‌های خود غره است و اگر شخصیت مُشرَف داستان باشد، به‌راحتی ممکن است متکبر به‌نظر برسد. از آنجا که واتسون صادقانه اعتراف می‌کند که به خودبزرگ‌بینی هلمز حس خوبی ندارد، خواننده مجبور نمی‌شود به این مسئله بیندیشد که آیا نویسندگی داستان هم شرلوک را آدمی خودشیفته می‌داند یا نه. بنابراین، واتسون این آزادی را دارد که ویژگی‌های خوب شرلوک هلمز را تحسین کند. اگر هلمز شخصیت مُشرَف بود، به‌سختی می‌توانست این کار را، بدون اینکه خودشیفته و از خود متشکر به‌نظر برسد، انجام دهد.



اگر شما شخصیتی خود بزرگ‌بین مانند شرلوک هلمز دارید، شاید بهتر باشد که شخصیتی وردست را به عنوان شخصیت مُشرف انتخاب کنید تا به شما و خواننده فضای بیشتری برای تحلیل و درک داستان بدهد.

در رمان‌هایی با شخصیت‌های مُشرف متعدد باید برای هر صحنه یک شخصیت مُشرف برگزینید. انجام این کار آسان نیست و معمولاً گزینه‌های ساده‌ای برای آن وجود ندارد. شما در چنین شرایطی به شخصیت وردست بیازی ندارید، زیرا هر یک از شخصیت‌های مُشرف می‌تواند آن گونه که داستان می‌طلبد، نسبت به سایر شخصیت‌ها بی‌طرف باشد.



شخصیت مُشرفی که انتخاب می‌کند به کنشی و واکنشی بودن صحنه بستگی دارد (در فصل ۹ به این دو نوع صحنه‌ی مهم اشاره شده است):

✓ اگر صحنه کنشی است، چه کسی بیشترین چیز را برای باختن دارد و چه کسی بازنده‌ی واقعی صحنه است؟ این‌ها ممکن است در یک شخصیت واحد خلاصه شوند. اما هر کدام به تنهایی شخصیت مُشرف کاملی خواهد ساخت، زیرا احتمال تجربه‌ی یک حس قوی توسط شخصیتی که در یک صحنه ممکن است همه چیزش را ببازد (یا کسی که همه چیزش را باخته) بسیار بالاست.

✓ اگر صحنه واکنشی است، چه کسی در مرحله‌ی واکنش بیشتر ضربه می‌خورد و چه کسی در مواجهه با دوراهی بهترین تحلیل‌ها را خواهد کرد؟ باز هم می‌گوییم که این دو می‌توانند در یک شخصیت واحد خلاصه شوند. اما هر کدام به تنهایی برای ساختن یک شخصیت مُشرف کامل کفایت می‌کند. قسمت واکنش در صحنه، فضای بسیار خوبی برای وارد کردن تکنه‌های احساسی به خواننده است. دوراهی، فرصت بسیار خوبی است که می‌تواند خواننده را وارد فرایند فکری شخصیت مُشرف کند.

هر یک از شخصیت‌هایی که در یک صحنه حضور دارند می‌توانند شخصیت مُشرف آن صحنه باشند. بنابراین تک‌تک آن‌ها را در این جایگاه امتحان کنید و ببینید جالب‌ترین گزینه برای خواننده‌ها کدام یک از آن‌هاست. البته انتخاب شخصیت مُشرف کار ساده‌ای نیست. صحنه، به احتمال زیاد، از دیدگاه هریک از شخصیت‌ها حس بسیار متفاوتی را الق خواهد کرد.

آیا زاویه‌ی دید داستان ثبات کافی دارد؟

پس از آنکه با قاطعیت زاویه‌ی دیدی را انتخاب کردید که به نظرتان برای داستان شما مناسب آمد، باید مطمئن شوید که در استفاده از این زاویه در تمام طول داستان ثبات کافی دارید. خواننده می‌خواهد بداند که شما، قوانینی را که او با شروع خواندن داستان

پذیرفته است، ناگهان تغییر نخواهید داد. اگر قرار باشد برای شخصیتی از زوایه‌ی دید اول شخص استفاده کنید، در تمام کتاب باید همین زاویه‌ی دید را برای او به کار ببرید.

معمولاً اگر کتابی در زاویه‌ی دید اول شخص نوشته شده باشد، تمام داستان از همان زاویه روایت خواهد شد. اما ما رمان‌هایی را هم دیده‌ایم که بدون اینکه به مشکلی برخوردند، برای یک شخصیت خاص از زاویه‌ی دید اول شخص استفاده کرده‌اند و برای سایرین از زاویه‌ی دید سوم شخص. مثال بسیار خوبی از این حالت رمان *سنجاقک کهربایی* (ادامه‌ی رمان *خارجی*)، اثر دینا گابالدون است.

ثبات در داستان امر مهمی است. اگر می‌خواهید در یک صحنه و برای یک شخصیت از زاویه‌ی دید سوم شخص استفاده کنید، بهتر است در سایر صحنه‌ها نیز برای او از همین زاویه استفاده کنید (نه زوایای دید اول شخص یا سوم شخص بی‌طرف).



آیا شخصیت بیانی منحصر به فرد دارد؟

بعضی از شخصیت‌ها ممکن است به شکل منحصر به فرد و خاصی صحبت و اندیشه کنند. این موضوع در تک‌گویی‌های درونی و نیز در گفت و گوهای آن‌ها نمایان می‌شود و به مشاهدات آن‌ها از دیگر شخصیت‌ها جهت می‌دهد. مجبور نیستید به هر شخصیت بیانی خاص و شیوا ببخشید (در این باره در فصل ۱۰ توضیح داده شده است)، اما انجام این کار سبب می‌شود نوشتار تان قانع‌کننده‌تر باشد. قسمت عمده‌ی جذابیت رمان *هاکلبری فین*، نوشته‌ی مارک تواین، از بیان *هاک*، راوی داستان، ناشی می‌شود. *هاک* به هیچ عنوان راوی قابل اطمینانی نیست. او جوان دهاتی معصوم و بی‌خیالی است. قرار نیست خواننده همه‌ی حرف‌های *هاک* را باور کند. اما از او انتظار می‌رود چیزهایی را، که از دایره‌ی فهم *هاک* خارج‌اند، درک کند.

برای خلق بیانی شیوا و منحصر به فرد برای شخصیت‌ها، باید گوش خوبی داشته باشید و با آن گفت و گوها را خوب بشنوید. بعضی از نویسنده‌ها این کار را به صورت غریزی انجام می‌دهند و برخی دیگر استعداد آن را ندارند. رمز موفقیت در این کار گوش فرادادن به آدم‌های واقعی و در خلال آن، پاسخ دادن به این دو سؤال است: “چه چیزی سبب می‌شود که صدا و بیان افراد منحصر به فرد شود؟” و “گفتار و بیان افراد چه اطلاعاتی را درباره‌ی شخصیت آن‌ها آشکار می‌کند؟” پس از چند دقیقه گوش فرا دادن به یک آدم واقعی، سعی کنید به تقلید از الگوی گفتاری او و با استفاده از بکیه کلام‌ها، ساختار جملات، خط فکری و خلق و خوی او چند بند بنویسید (ممکن است مجبور شوید از کلمات کوچه‌بازاری استفاده کنید، اما از حد اعتدال خارج نشوید). می‌دانیم کار سختی است، اما با تمرین می‌توانید یاد بگیرید چطور افراد را روی کاغذ کپی کنید. پس از اینکه در این مهارت استاد شدید، سعی کنید یکی از شخصیت‌های داستان‌تان را از روی یک



آدم حقیقی خلق کنید. شاید در حین انجام این تمرین، احساس کنید شخصیت داستان جان گرفته و در زندگی‌تان حضور دارد.

حواس‌تان باشد که داستان را بیش از حد در قالب گفتار و بیان شخصیت‌ها ارائه ندهید. شخصیت‌هایی که بیانی قوی و شیوا دارند، امتیازات بزرگی برای داستان‌نویس محسوب می‌شوند. اما استفاده‌ی بیش از حد از تک‌گویی درونی، برای به رخ کشیدن این بیان، کار درستی نیست. عیان‌ار کف ندهید و در استفاده از چکیده‌ی روایی (آن هم صرفاً با این توجیه که راوی داستان بیان فوق‌العاده‌ای دارد) زیاده‌روی نکنید! این کار از افراط در به کارگیری تک‌گویی هم بدتر است.



تعمیر شخصیت‌های معیوب

شخصیت داستان شما وحی مُنرل نیست. اگر یکی از شخصیت‌ها ایرادی داشته باشد، می‌توانید او را تعمیر کنید! می‌توانید شخصیت‌هایتان را طوری بازنویسی کنید که عمیق‌تر، باورپذیرتر و جالب‌تر شوند. اما اول باید تشخیص دهید که مشکل آن‌ها چیست. در این قسمت به شما می‌آموزیم که چطور می‌توان شخصیت‌های کسل‌کننده، سطحی، غیرقابل باور یا نجسب را اصلاح کرد. تضمین می‌کنیم که اصلاح شخصیت‌های داستانی از اصلاح آدم‌های حقیقی موفقیت‌آمیزتر است.

شخصیت‌های کسل‌کننده

شخصیت‌ها زمانی جالب‌اند که هدف قانع‌کننده و مهمی داشته باشند. شخصیتی که هدف درستی نداشته باشد، کسل‌کننده است و در این صورت باید چیری به آن‌ها بدهید که عاجزانه طالبش شوند.



اگر اوایل داستان خود هستید، ممکن است شخصیت‌ها هنوز هدف داستانی خوبی برای خود تعریف نکرده باشند. اشکالی ندارد. به یاد داشته باشید که داستان شما، وقفه‌ای در زندگی عادی آن‌هاست. پیش از آنکه ماجرای داستان بر آن‌ها تأثیر بگذارد، هر کدام زندگی خود را داشتند و می‌خواستند به اهدافی برسند. شاید اهدافشان عادی و پیش‌پا افتاده بود، اما به هر حال چیزی وجود داشت که می‌خواستند آن را به دست آورند یا به آن تبدیل شوند. این اهداف ساده، باعث می‌شوند خواننده تا زمانی که هدف داستانی اصلی را آشکار کنید، به خواندن داستان‌تان علاقه نشان دهد.

در رمان جنگ ستارگان، اثر جرج لوکاس، لوک اسکای‌واکر تا پایان پرده‌ی اول هدف داستانی بزرگی ندارد. اما وقتی سربازان امپراتوری عمو و زن عمویش را به قتل می‌رسانند، هدف داستانی لوک به شدت دگرگون می‌شود: او تصمیم می‌گیرد برای

کمک به نهضت شورشیان با اوبی‌وان کنوبی همراه شود. لوک پیش از قتل دو عضو خانواده‌اش دلش می‌خواست به مدرسه‌ی نظامی برود و خلبان شود. او جریان شورش‌ها را با علاقه دنبال می‌کرد و از ته قلبش از امپراتور نفرت داشت. در آغاز فیلم، او امیدوار است آدم‌ماشینی‌های جدید، باری از دوش عمویش بردارند تا او بتواند هرچه زودتر آموزش نظامی‌اش را آغاز کند. این هدف چندان بزرگی نیست، اما مخاطب را به اندازه‌ی کافی مجذوب لوک می‌کند. وقتی او با کنوبی ملاقات می‌کند و هدف بسیار مهم‌تری را برمی‌گزیند، جذابیتش هم برای مخاطبان دو چندان می‌شود.

شخصیت‌های سطحی

ما زمانی به شخصیت‌ها لقب سطحی می‌دهیم که چیر زیادی برای عرضه نداشته باشند؛ یعنی وقتی خواننده به راحتی پیش‌بینی کند آن‌ها قرار است چه بکنند یا چه بگویند، وقتی شخصیت‌ها تک‌بعدی به نظر برسند یا وقتی که علایق‌شان پیش‌پاافتاده و بی‌اهمیت جلوه کند.

چطور می‌توانیم شخصیت‌های سطحی را تعمیر کنیم؟ در اکثر مواقع شخصیت به تعدادی باور و ارزش نیاز دارد و مشکل او این است که یا ارزش‌های کافی‌ای را برایش در نظر نگرفته‌اید، یا تنها یک ارزش به او داده‌اید، در این صورت می‌بایست ارزش جدیدی را در ذهن شخصیت حک کنید که با دیگر ارزش‌هایش در تناقض باشد. البته گاهی هم ممکن است ایراد از ذات سطحی ارزش‌های یک شخصیت باشد.



برای مثال، فرض کنید یکی از شخصیت‌های مهم داستان شما عاشق این است که به ساحل برود و آفتاب بگیرد. این فرد تنها یک ارزش در زندگی خود دارد: "رفتن به کنار دریا از هر کار دیگری در دنیا بهتر است." وقتی ارزشی را که او به آن ایمان دارد این‌گونه توصیف کنید، پوچی‌اش کاملاً عیان می‌شود، این‌طور نیست؟ اما عمق بخشیدن به چنین شخصیتی آن قدرها که فکر می‌کنید سخت نیست. با او مصاحبه کنید و رفتارهایش را ریشه‌یابی کنید ببینید چرا او دوست دارد زمان زیادی را کنار دریا سپری کند.

شاید مادرش مُرده و پدرش آدمی عصبی است. شاید خانه برای او جهنمی است که از عذاب آن به ساحل دریا پناه می‌برد. اما ساحل، ارزش واقعی زندگی او نیست. در چنین شرایطی، ارزش‌های واقعی زندگی او از این قرار خواهد بود: "خانواده برای من مهم است" همچنین "آرامش و ثبات برای من اهمیت دارد". این دو ارزش برای شخصیت داستان شما کشمکش ایجاد می‌کند، زیرا خانواده‌ی او زندگی را برایش به رهر تبدیل کرده‌اند و حسرت آرامش و ثبات را بر دلش گذاشته‌اند. حالا دیدید که چطور آن آدم سطحی، که ظاهراً فقط عاشق ساحل دریا بود، ناگهان هویتی عمیق پیدا کرد؟

شخصیت‌های غیرقابل باور

نویسنده تقریباً همیشه فکر می‌کند که شخصیت‌هایی که ساخته است بسیار طبیعی و قابل باورند زیرا از نظر او آن‌ها آدم‌های حقیقی‌اند. بنابراین وقتی منتقدی با اصرار بگوید که "فرد هلم آدمی نبود که خانه‌ی شهردار را به آتش بکشد و این کار در شخصیت او نمی‌گنجد"، حسابی شوکه می‌شوید. می‌توانید هر چقدر دل‌تان می‌خواهد توضیح دهید که فرد هلم خیلی هم اهل آتش افروزی است، اما وقتی خواننده این موضوع را باور نکند، توی دردسر می‌افتید.

وقتی متوجه می‌شوید که شخصیت‌تان کار غیرقابل باوری انجام داده است، باید به خودتان آفرین بگویید. زیرا حداقل توانسته‌اید شخصیتی بیافرینید که به قدری واقعی است که خواننده‌ها حس کرده‌اند که او را می‌شناسند و می‌دانند چه کارهایی از او انتظار می‌رود و چه کارهایی از او ساخته نیست. این را باید به فال نیک بگیرید. اما حالا چطور می‌توانید خواننده‌ها را قانع کنید که فرد هلم می‌تواند آتش افروزی هم بکند.

اگر شخصیت‌های داستان شما غیرقابل باور هستند، سعی کنید بین قسمت‌های مهم پیشینه‌ی داستانی آن‌ها و ارزش‌ها، آرزوها و اهداف داستانی‌شان ارتباط واضح‌تری ایجاد کنید برای باورپذیر شدن شخصیت‌ها باید یکی از سه کار زیر را انجام دهید:



✓ به وضوح نشان دهید که اهداف داستانی شخصیت مستقیماً از آرزوهای او به وجود آمده‌اند. آیا نیل به هدف داستانی علناً بهترین راه رسیدن شخصیت به آرزویش است؟ آیا راه ساده‌تر یا امکان‌پذیرتری برای رسیدن به این هدف وجود دارد؟

✓ آشکارا نشان دهید که آرزوی شخصیت حداقل از یکی از ارزش‌های او نشئت گرفته است. کدام ارزش است که از آرزوی او بیشترین حمایت را می‌کند؟ آیا ارزش دیگری هم وجود دارد که به همین قوت با آن آرزوی خاص در تضاد باشد؟ آیا می‌توانید راهی برای ایجاد تعادل پیدا کنید، تا آرزوی شخصیت باورپذیرتر شود؟

✓ دلیل اهمیت ارزش‌های شخصیت داستان برای خود او را آشکارا بیان کنید. آیا در پیشینه‌ی داستانی شخصیت، برای ارزش‌هایی که او به آن‌ها معتقد است، توضیح خوبی وجود دارد؟

پیش‌تر در این فصل درباره‌ی ماجرای زندگی مایکل کورلثونه، مرد درستیکاری که آینده‌ی خوبی پیش رو داشت و از خانواده‌ای تهکار می‌آمد، برایتان توضیح دادیم. در یکی از مقاطع حیاتی این داستان، مایکل داوطلب می‌شود یکی از اعضای مافیای رقیب را به همراه پلیس فاسدی که برای قتل پدرش دسیسه کرده بودند، به قتل برساند. این تغییر بسیار بزرگی در مسیر زندگی مایکل به‌شمار می‌آید. اما ماریو پوزو، نویسنده‌ی

این رمان، با زمینه‌سازی کافی و نشن دادن اطلاعات مهمی درباره‌ی او، هضم چنین تغییری را امکان‌پذیر می‌کند. پوزو پیشینه‌ی خانوادگی، ارزش‌های مبتنی بر خانواده و احترام، اراده‌ی آهنین و نیز طرز تفکر مایکل را - که با خط فکری پدرش مو نمی‌زند ("مسئله شخصی نیست؛ بحث کسب و کار در میان است") - تشریح می‌کند. خواننده‌های کمی هستند که تصمیم مایکل را قبول داشته باشند، اما آن‌ها گرفتن چنین تصمیمی را توسط او باور می‌کنند.

در بعضی از موارد، پس از اینکه به‌خوبی به پیشینه، ارزش‌ها، آرزوها و هدف داستانی شخصیت‌ها فکر کردید، ممکن است به این نتیجه برسید که شخصیت کاری انجام داده که با روحیات و هویتش در تضاد است. در این صورت یا کنش‌های او را تغییر دهید و یا شخصیت جدیدی خلق کنید تا بتوانید از طریق او نقص رفتاری شخصیت قبلی را توجیه کنید.

شخصیت‌های ناخوشایند

بعضی از شخصیت‌ها صرفاً نچسب و ناخوشایند هستند. اگر خواننده‌های آزمایشی به شما بگویند که شخصیت خاصی را دوست ندارند، کار زیادی از دست‌تان ساخته نخواهد بود. یا می‌توانید کاری کنید که این شخصیت دوست‌داشتنی شود، یا قوام بیشتری به او بدهید. در ادامه توضیح می‌دهیم که چطور می‌توان شخصیتی ناخوشایند را اصلاح کرد:

۱. ببینید چرا این شخصیت ناخوشایند است.

آیا او اعصاب خرد کن، خنگ، از خود راضی، بی‌رحم یا حواس‌پرت است؟

۲. از خود بپرسید که آیا رفتار شخصیت را آگاهانه به این شکل نوشته‌اید؟ سپس سعی کنید او را اصلاح کنید.

این مشکل را می‌توان به روش زیر حل کرد:

- اگر مشکل تصادفاً ایجاد شده باشد، حالا که به آن آگاه شده‌اید، کاری کنید که اعصاب خرد کنی، خنگی، تکبر، بی‌رحمی یا حواس‌پرتی شخصیت کاهش پیدا کند.
- اگر شخصیت را به عمد ناخوشایند ساخته‌اید، کاری کنید کمی جالب‌تر، عمیق‌تر یا باورپذیرتر شود (همان‌طور که در سه قسمت قبلی برایتان توضیح دادیم)

مثلاً تروریست رمان مهیج فردریک فورسیث، روز شغال، را در نظر بگیرید. در محدوده‌ی معیارهای عمومی، شغال آدم ناخوشایندی است. او مزدوری است که بری قتل شارل دوگل استخدام شده. او به‌راحتی عکاسی را که می‌خواهد حق‌السکوت بگیرد به قتل

می‌رساند؛ زن متأهلی را اغوا می‌کند و وقتی با اعتراض او مواجه می‌شود، او را نیز می‌کشد.

چه چیزی باعث می‌شود شغال شخصیت ملموسی شود؟ در پاسخ به این سؤال باید به چند مورد اشاره کرد. اول اینکه او به شدت زبردست است. خواننده این موضوع را زمانی می‌فهمد که متوجه می‌شود تبهکارانی که شغال را استخدام کرده‌اند با او مصاحبه می‌کنند طی این مصاحبه شغال نشان می‌دهد اطلاعاتی که درباره‌ی آن‌ها دارد، از اطلاعاتی که آن‌ها فکر می‌کنند درباره‌ی او دارد، خیلی بیشتر است. دوم اینکه شغال وظیفه‌ی غیرممکنی بر عهده دارد: ترور مردی که بیشتر از هر کسی در دنیا از او حفاظت می‌شود. سوم اینکه انگیزه‌ی شغال بسیار قوی است: به نتیجه رساندن قراردادی که او را به قدری ثروتمند می‌کند که می‌تواند کشتار را برای همیشه کنار بگذارد. چهارم اینکه او خود را به شکل موشکافانه و دقیقی برای مأموریت‌اش آماده می‌کند و هرگز چرایی کارهایش را به خواننده نمی‌گوید و خواننده را همواره در رابطه با نحوه‌ی قتل دوگل در هاله‌ای از تردید معلق نگه می‌دارد. پنجم آنکه او در مواجهه با موانع بزرگ برخوردی قاطع دارد. تمام این عوامل سبب می‌شود خواننده احترام زیادی به شغال بگذارد و به شدت مجذوب او شود.

موشکافی ساختار داستانی

در این فصل

◀ تصحیح اشکالات رایج در خط داستانی

◀ تحلیل ساختار سه‌پرده‌ای

◀ استفاده از فهرست صحنه‌ها برای بارسازی داستان و نوشتن نسخه‌ی دوم

توصیه می‌کنیم زمانی که آمادگی ویرایش دست‌نوشته‌ی خود را پیدا کردید، ابتدا شخصیت‌ها را تحلیل کنید (همان‌طور که در فصل ۱۲ توضیح دادیم) و سپس به ساختار داستانی بپردازید (که در این فصل درباره‌اش صحبت می‌کنیم). بدون در نظر گرفتن الگوی نوشتاری‌ای که انتخاب کرده‌اید، مشکلات نوشتار خود را پیدا کنید و ابتدا به اصلاح آن‌ها بپردازید. این کار را پیش از آغاز ویرایش جزء به جزء داستان انجام دهید (این نوع ویرایش را در فصل‌های ۱۴ و ۱۵ توضیح خواهیم داد).

ساختار داستانی چیزی نیست جز خلاصه‌ی پیش‌سرفته‌ای از داستان. در این فصل به شما می‌آموزیم که ساختار داستانی خود را در سه سطح خلاصه کنید: خط داستانی (خلاصه‌ای تک‌جمله‌ای از داستان)، ساختار سه‌پرده‌ای (خلاصه‌ی تک‌بندی از داستان) و فهرست صحنه‌ها (فهرستی که تمام صحنه‌های رمان شما را خلاصه می‌کند).

خط داستانی ابزار بسیار مهمی برای فروش داستان است که همیشه برای ارائه‌ی داستان به ویراستار، تیم نشر، کارکنان کتاب‌فروشی‌ها و نیز خواننده‌ها، به آن نیاز خواهید داشت. اما باید بگوییم که خط داستانی چیزی فراتر از ابزار کمکی برای فروش اثر است. این عنصر، دیدگاه شیوه‌شناسانه‌ی شما نسبت به مفهوم واقعی رمان‌تان است. یک خط داستانی خوب فرایند ویرایش را بسیار ساده می‌کند، زیرا وادارتان می‌کند که مسائل مهم داستان را از مسائل پیش پا افتاده باز شناسید.



ساختار سه‌پرده‌ای به شما اجازه می‌دهد که قسمت‌های مهم و برجسته‌ی کتاب خود را مشخص کنید. اگر ساختار سه‌پرده‌ای خوبی داشته باشید، در راضی کردن خواننده‌ها یک گام جلو افتاده‌اید؛ زیرا طرز تفکر خواننده‌ی امروزی به گونه‌ای است که انتظار وجود یک ساختار سه‌پرده‌ای را دارد (چه خودش از این موضوع آگاه باشد، چه نباشد). اگر ساختار سه‌پرده‌ای داستان شما ضعیف یا سست‌بنیان باشد، خواننده احساس می‌کند که

قرار نیست داستان به جای خاصی برسد (حتی ممکن است نتواند توضیح بدهد که چرا چنین حسی دارد). بنابراین وظیفه دارید اشکالات داستان‌تان را پیدا و آن‌ها را (پیش از اینکه خواننده بفهمد) رفع کنید.

فهرست صحنه‌ها سبب می‌شود اشراف بیشتری به داستان داشته باشید و راحت‌تر بتوانید اصلاح دست‌نوشته‌ی خود را برنامه‌ریزی کنید. شما می‌توانید با استفاده از فهرست صحنه‌ها برای افزودن، حذف کردن، یا جابه‌جا کردن آن‌ها تصمیم‌گیری کنید. همچنین می‌توانید درباره‌ی اصلاحات اساسی‌ای که می‌خواهید در داستان اعمال کنید یادداشت برداری کنید. وقتی ویرایش فهرست صحنه‌ها تمام شد، آن را برای خلق سریع نسخه‌ی دوم داستان خود به کار ببندید.

ویرایش خط داستانی

ما اعتقاد راسخ داریم که اولین گام در ویرایش دست‌نوشته باید تعریف اصولی دیدگاهی باشد که نسبت به اثرتان دارید: منظورمان خط داستانی است. خط داستانی می‌تواند به تصمیماتی که هنگام ویرایش اثر می‌گیرید جهت ببخشد. چرا به خط داستانی نیاز دارید؟ زیرا اگر واقعاً داستان خود را درک کرده باشید، باید بتوانید آن را به یک جمله‌ی ۲۵ واژه‌ی (یا کمتر) کاهش دهید. اگر نتوانید چنین کاری انجام دهید، یعنی هنوز داستان خود را به درستی حل‌ا‌جی نکرده‌اید.



رندی اغلب به صورت آن لاین کلینیک‌هایی برای خط داستانی راه می‌اندازد و از خواننده‌های وبلاگش می‌خواهد خلاصه‌های تک‌جمله‌ای رمان‌هایشان را با او در میان بگذارند. خلاصه‌های داستانی ۳۰، ۴۰ یا حتی بیش از ۵۰ واژه‌ای بسیار رایج هستند. این خلاصه‌ها اکثراً شامل شخصیت‌ها و جریان‌ات داستانی متعددی می‌شوند. رندی اغلب از خوانندگان وبلاگ خود می‌خواهد اضافه‌های این خطوط داستانی طولانی و سنگین را بچینند. گاهی این جراحی بسیار سنگین از آب درمی‌آید. وقتی خط داستانی ۵۰ کلمه‌ای را در ۱۵ کلمه خلاصه کنید، یعنی استخوان‌ها را هم بریده‌اید!



آیا خط داستانی خود را نوشته‌اید؟ اگر نه، به فصل ۸ بروید و قسمتی را که در آن نحوه‌ی نوشتن خط داستانی را توضیح داده‌ایم، بخوانید و سپس خط داستانی داستان خود را بنویسید. تا زمانی که خط داستانی را آماده نکرده‌اید، قسمت بعدی را نخوانید. زیرا در این قسمت به بعضی از رایج‌ترین مشکلات خطوط داستانی اشاره می‌کنیم و راه‌هایی برای اصلاح آن‌ها پیش پایتان می‌گذاریم. بدیهی است که شما نمی‌توانید چیزی را که نوشته‌اید، اصلاح کنید.



حذف بار غیر ضروری

هدف خط داستانی این نیست که داستان را تعریف کند. هدف از نوشتن خط داستانی، تعریف مسیری است که داستان طی می‌کند. اکثر خطوط داستانی بیش از حد طولانی‌اند. پس باید قبل از هر کاری از خود بپرسید: "چه چیز دیگری را می‌توانم از این خط داستانی حذف کنم؟" به سه عددی که در خطوط داستانی برای ما مهم‌اند توجه کنید:

✓ **تعداد واژگان:** اگر بیش از ۲۵ باشد، باید تمام تلاش‌تان را بکنید تا آن را به این رقم برسانید.

✓ **تعداد شخصیت‌ها:** اگر خط داستانی بیش از سه شخصیت را معرفی کند، تعداد شخصیت‌ها زیاد است. دو شخصیت از سه تا بهتر است و یکی، ممکن است تنها چیزی باشد که نیاز دارید.

✓ **تعداد جریان‌ات داستانی:** اگر بیش از یک جریان باشد، بهتر است آن را به یک جریان کاهش دهید.

خط داستانی اولین راه تماس خواننده با داستان است. همچنین این عنصر دورنمای شیوه‌شناسانه‌ی داستان شماست. به همین دلیل باید آن را طوری بنویسید که در عین سادگی به یادماندنی باشد؛ نه صرفاً به خاطر خواننده، بلکه به خاطر خودتان.



ناشناس نگه داشتن شخصیت‌ها

احتمالاً خط داستانی اولین بخش داستان، شماست که دیگران می‌شنوند. شنونده به هیچ عنوان نمی‌داند که شخصیت‌های داستان در چه بستری قرار خواهند داشت. به همین علت باید تا جایی که می‌توانید، محتوای داستان خود را از طریق خط داستانی نشان دهید. پس به خط داستانی بنگرید، روی شخصیت‌ها تمرکز کنید و بکوشید آن‌ها را - بدون ذکر نامشان - در قالب چند جمله توصیف کنید.

اعلام اسامی شخصیت‌ها در خط داستانی، واژه‌ها را هدر می‌دهد. به نظر شما کدام یک از موارد زیر کوتاه‌تر است: "فروودوی هابیت" یا "یک هابیت؟"؛ "ویتو کورلئونه، پدرخوانده‌ی مافیایی" یا "پدرخوانده‌ی مافیا؟"؛ "لیزی بنت، زنی جوان و مجرد" یا "زنی جوان و مجرد".



عنصری که شخصیت داستان را منحصر به فرد می‌کند بیان کنید، نه نام او را. خط داستانی کمک می‌کند ایده‌ی داستان خود را به دیگران بفروشید. نیازی به اعلام اسامی شخصیت‌های داستان خود ندارید، مگر اینکه رمانی که می‌نویسید، تاریخی و حاوی شخصیت‌های مشهوری باشد. برای فروش ایده‌ی کتاب به اعلام اسامی شخصیت‌ها نیازی نیست. واژه‌هایی محدود هم برای این کار کفایت می‌کنند. هابیت‌ها، پدرخوانده‌ها



و زنان جوان مجرد به خودی خود برای گروه مناسب خوانندگان جالب هستند. فرودو، ویتو و لیزی اسامی خوبی هستند، اما خارج از متن کتاب جذابیت چندانی ندارند.

حفظ تمرکز

افزودن بی‌سر و صدای چند کلمه به خط داستانی کار ساده‌ای است. اگر خط داستانی شما ۱۳ کلمه داشته باشد، شاید فکر کنید افزودن ۵ واژه‌ی دیگر که جریان داستانی ثانویه‌ای را همراه با یک شخصیت جدید معرفی می‌کند، برایتان دردسر ساز نیست. خوب فکر کنید آیا افزودن این موارد، واقعاً مفید است؟ یا اینکه فقط باعث پیچیدگی مسائل و گیج شدن یکی از افراد حاضر در زنجیره‌ی فروش داستان‌تان در رابطه با پیام آن می‌شود؟

سول استاین، نویسنده و ویراستار زبردست، زمانی حرف خوبی زد که می‌تواند در مورد خط داستانی شما نیز صدق کند: "یک به اضافه‌ی یک برابر است با نیم." اگر خط داستانی شما بتواند قسمت عمده‌ی جریان داستانی پی‌ریز را پوشش دهد، چرا باید آن را با جریان داستانی ثانویه‌ای درآمیزد؟



چند مثال از خلاصه کردن خط داستانی

ممکن است احساس کنید داستانی که می‌نویسید به قدری پیچیده است که خلاصه کردن خط داستانی آن ممکن نیست. اما چشم‌هایتان را روی این مسائل ببندید و این کار را انجام دهید.

درباره‌ی یک چیز باید رو راست باشید؛ پیچیدگی در داستان مفید است. همه‌ی ما طرفدار داستان‌های پیچیده هستیم و رمان‌هایی را می‌پسندیم که تأثیرگذار و عظیم‌اند و وقوع ماحرای آن‌ها به میدان وسیعی نیاز دارد؛ داستانی‌های خیال‌انگیزی مانند *ارباب حلقه‌ها*، از جی. آر. آر. تالکین؛ داستان‌های مهیجی مانند *پدرخوانده*، از ماریو پوزو و داستان‌های عاشقانه‌ی جاودانه مانند *غرور و تعصب*، نوشته‌ی جین آستن. اما هر یک از این رمان‌ها نیازمند یک جریان داستانی محوری و تعدادی شخصیت اصلی است. این دو عنصر با هم کانون اصلی کتاب را تشکیل می‌دهند. در این قسمت به ترتیب به این رمان‌ها می‌پردازیم و توضیح می‌دهیم که چطور می‌شود یک خط داستانی پیچیده را به چیزی تبدیل کرد که راحت‌تر می‌شود از پس آن برآمد.

مثال: *ارباب حلقه‌ها*

ارباب حلقه‌ها داستان عریض و طولی است که شامل صدها فرسنگ مسافت، چندین شخصیت، گونه‌های اجتماعی متعدد، بیش از یک دو جین زبان، شش نژاد هوشمند

و چندین جریان داستانی مهم است. در ادامه به خط داستانی در هم آمیخته‌ای اشاره می‌کنیم که با وجود طول زیادش، نتوانسته حق مطلب را به‌خوبی ادا کند:

گندالف جادوگری است که می‌خواهد ارباب تاریکی، سائورون، را برای ابد سر جای خود بنشانند. بنابراین وقتی درمی‌یابد فرودوی هابیت حلقه‌ی قدرت سائورون را به‌دست آورده، او را قانع می‌کند که به ریوندل سفر کند و با رهبر الف‌ها، اِروند، درباره‌ی بهترین راه نابود کردن حلقه مشورت کند. طی این راه مشخص می‌شود که بهترین راه این کار، اعزام گروهی از هابیت‌ها، انسان‌ها، الف‌ها و کوتوله‌ها برای پیدا کردن موردور است. این تیم مورد تهاجم اورک‌ها قرار می‌گیرد و دو تن از هابیت‌ها ربوده می‌شوند. بنابراین سه نفر از بازمانده‌ها مجبور می‌شوند به‌دنبال آن‌ها بگردند. در نتیجه فرودو و خدمتکارش سم مجبور می‌شوند سفر به موردور را به‌تنهایی و با کمک راهنمایی ناخوشایند به نام گالوم ادامه دهند. گالوم تلاش می‌کند آن‌ها را فریب دهد و به دام شلوب، عنکبوت سمی غول‌آسا بیندازد. در حالی که آراگورن، لِگولاس و گیملی درگیر نبرد دشواری در هلمز دیپ می‌شوند. آن‌ها سپس به روهیریم می‌تازند تا به نبرد گوندور برسند. این سه تن مسیر مُردگان را در پیش می‌گیرند و در نبردی تعیین‌کننده با آن‌ها پیکار می‌کنند. گوندور بجات می‌یابد و فارامیر تا آستانه‌ی مرگ پیش می‌رود. طی این فرایند فارامیر عاشق ایووین می‌شود. اما ایووین شیفته‌ی آراگورن است، در حالی که آراگورن با آرون نامزد است. آراگورن نمی‌تواند پیش از شاه شدن به آرون برسد و او تنها زمانی می‌تواند بر تخت تکیه بزند که فرودو حلقه را نابود کرده باشد.

تازه این نصف داستان هم نیست؛ حتی یک‌دهم آن هم نیست! ما در این خط داستانی که از ۲۳۴ کلمه [۱۹۵ کلمه در متن اصلی] تشکیل شده، ۱۳ شخصیت را به نام معرفی کرده‌ایم، اما بار هم تعدادی از شخصیت‌های مهم داستان - از جمله مری، پیپین، تام بومبادیل، گالادریل، بورومیر، تتودن، چوب‌ریش، دِن‌تور و چند تن دیگر - را نام نبرده‌ایم. چطور می‌شود ماجرا را از این بیشتر خلاصه کرد؟

راه‌حل این مشکل ساده است: مهم‌ترین شخصیت در اینجا فرودوی هابیت است. با این حال، دیگر شخصیت‌ها نیز به نبرد می‌پردازند و مبارزت آن‌ها در صورت شکست فرودو (در انداختن حلقه به درون تَرک‌های کوه اهریمن) بیهوده خواهد بود. پس این داستان حول محور فرودو می‌گردد و خط داستانی هم به تبعیت از این موضوع باید به او محدود شود:

هابیتی درمی‌یابد که نابود کردن حلقه‌ی جادویی‌اش، کلید رهایی سرزمین میانه از چنگ ارباب تاریکی است.

۱۶ واژه [۱۹ تا در متن اصلی]، ۲ شخصیت و یک خط داستانی؛ این‌ها برای تعریف کردن داستان کافی نیستند. ما فراموش نکنید که خط داستانی قرار نیست ماجراها را تعریف کند. خط داستانی باید مهم‌ترین بخش داستان را متجلی سازد. اگر شما جی. آر. آر. تالکین بودید و ناشر مجبور تان می‌کرد تعداد واژگان را نصف کنید، این خط داستانی کمکتان می‌کرد بفهمید چه چیزهایی را می‌توانید نگه‌دارید و چه چیزهایی را باید حذف کنید.

مثال: پدرخوانده

پدرخوانده داستانی پرطمطراق با یک دوجین شخصیت در نیویورک، لاس‌وگاس، هالیوود و سیسیل است. این رمان چندین جریان داستانی را به هم می‌بافد و از آن ملغمه‌ی می‌سازد. خط داستانی غیرمتمرکز زیر را در نظر بگیرید:

پس از اینکه دن کورلئونه، رهبر خانواده‌ی مافیایی نیویورک، هدف گلوله‌ای قرار می‌گیرد که او را تا آستانه‌ی مرگ پیش می‌برد. پسر وسطی‌اش فردی، که دچار بحران روحی شده، به لاس‌وگاس فرستاده می‌شود. در این اثنا، پسر ارشد خانواده، سانی، زمام امور را در دست می‌گیرد و می‌کوشد از طریق جنگی خشونت‌بار، دشمنان خانواده را به زانو درآورد. اما سرانجام توسط مخالفان به قتل می‌رسد. مایکل، کوچکترین پسر دن، انتقام اقدام به قتل پدر را می‌گیرد. او مجبور می‌شود با افتادن آب‌ها از آسیاب در سیسیل پنهان شود، تا بتواند به آمریکا بازگردد و به باز پس گرفتن قلمروی خانواده کمک کند.

این خط داستانی چند شخصیت را جا می‌گذارد که موارد روبه‌رو، ز جمله‌ی آن‌هاست: لوکا براسی آدمکش مزدور، خانم کورلئونه، کی‌ی آدامز نامزد مایکل، لوسی مانسینی نامزد سانی، جانی فونتین خواننده و بازیگر شهیر، نینو ولنتی وردست جانی، تام هیگین مشاور خانواده، حک وولتر تهیه‌کننده‌ی بدطینت سینمایی، جولز سیگل جراح ربردست، آپولونیا همسر مایکل، کانی خوهر مایکل، کارلو ریتزی شوهرخواهر به درد نخور مایکل و تسیو و کلمنزا دو تن از رؤسای مافیایی. اکثر این‌ها شخصیت‌های مُشرف (زاویه دیدی) هستند و برای داستان اهمیت دارند. با وجود چشم‌پوشی از این شخصیت‌ها، یک خط داستانی ۱۰۴ کلمه‌ای [۱۰۰ کلمه در متن اصلی] و ۴ شخصیت روی دستان مانده است. بنابراین هنوز هم مطالب حذف شدنی زیادی وجود دارد. آخر چطور می‌شود خط داستانی را ز این بیشتر خلاصه کرد؟

خیلی ساده است: بیفتید به جانش و خلاصه‌اش کنید! تنها دو شخصیت برای این خط داستانی اهمیت حیاتی دارند: پدرخوانده دن کورلئونه و کوچک‌ترین پسرش مایکل که جانشین اوست. همه‌ی شخصیت‌های دیگر جنبه‌ی ثانویه‌ای برای داستان دارند. از آنجا

که مایکل شخصیت اصلی داستان است، تمرکز خط داستانی هم باید روی او باشد: وقتی در خیابان به پدرخوانده‌ی مافیا تیراندازی می‌شود، جوان‌ترین پسرش درس و دانشگاه را رها می‌کند تا انتقام حمله به او را بگیرد.

۲۳ واژه [۱۷ واژه در متن اصلی]، ۲ شخصیت و فقط یک جریان داستانی. این خط داستانی بی‌عیب نیست و قطعاً نمی‌تواند عظمت کتاب را نشان دهد. اما یادتان باشد که هیچ چیز مثل خواندن کتاب، عظمت آن را به رخ نمی‌کشد. این خط داستانی تمرکز شما را روی اصل داستان نگاه می‌دارد. اگر ناگزیر از ویرایش و انتشار دست‌نوشته‌ی اصلی بودید، می‌توانستید در تمام طول کار از این خط داستانی استفاده کنید.

مثال: غرور و تعصب

غرور و تعصب، رمان نوشته‌ی جین آستن، به باشکوهی رمان‌های دو مثال قبلی نیست. اما به‌عنوان یک داستان عاشقانه بسیار قابل تأمل است، زیرا در این ژانر معمولاً چهارچوب وقوع رویدادها کوچک و محدود است. حالا بیایید به یک خط داستانی احتمالی برای این رمان نگاه کنیم:

وقتی لیزی بِنِت و خواهرانش می‌فهمند که مرد جوان مجرد و ثروتمندی به نام آقای بینگلی به عمارت ندرفیلد در نزدیکی خانه‌ی آن‌ها نقل مکان کرده، با خود فکر می‌کنند که ازدواج یکی از آن‌ها با این آقای بخت دو نفر دیگر را هم برای ازدواج با مردان جوان ثروتمند باز خواهد کرد. خوشبختانه بزرگ‌ترین خواهر، یعنی جِین، توجه آقای بینگلی را به خود جلب می‌کند و امیدهای ازدواج دو خواهر دیگر از این طریق قوت می‌گیرد. اما بینگلی ناگهان زندگی روستایی را رها می‌کند، به لندن می‌رود و جین دل‌شکسته را به حال خود می‌گذارد. بنابراین خواهران جین مجبور می‌شوند به امثال آقای ویک‌هام دل خوش کنند. ویک‌هام سربازی جذاب است که به لیزی می‌گوید آقای داری (دوست بینگلی) او را به خاک سیاه نشانده است. داری که علاقه‌ای به لیزی نشان نداده ناگهان از او خواستگاری می‌کند. لیزی پیشنهاد او را رد می‌کند و بعد از مدتی از این کارش پشیمان می‌شود. پشیمانی او زمانی بیشتر می‌شود که می‌فهمد داری کسی که ویک‌هام ادعا می‌کرده، نیست. ویک‌هام در نهایت جوان‌ترین خواهر لیزی، لیدیا، را فریب می‌دهد و امید خواهران دیگر برای ازدواج با مردان نجیب را نقش بر آب می‌کند. اما داری پا پیش می‌گذارد و مشکلات را، بدون اینکه نامی از خود بر جای بگذارد، حل می‌کند.

عجب خط داستانی مفتضحی بود! مگر نه؟ ۲۱۱ واژه [۱۶۴ تا در متن اصلی]، ۶ شخصیت با ذکر اسامی و سه جریان داستانی. این مورد هم بیش از حد طولانی است.

ما حتی به پدر و مادر خواهرها، مری و کینی بیست، آقای کالیز، شارلوت لوکاس، بانو کاترین دو برگ، جورجیانا دارسی یا سرهنگ فیتز ویلیام اشاره نکردیم. چیزی هم درباره‌ی وقف اموال نیست‌ها که سرچشمه‌ی اصلی مصیبت‌های دخترها بود نگفتیم. با اینکه تقریباً هیچ چیز نگفته‌ایم، باز هم به نظر می‌رسد زیاده‌گویی کرده‌ایم.

برای حل این مشکل باید روی شخصیت‌های اصلی - لیزی و دارسی - و جریان داستانی مربوط به آن‌ها تمرکز کنیم. همه‌ی موارد دیگر باید حذف شوند؛ همه‌ی موارد! تنها چیزی که باقی می‌ماند باید چنین باشد:

بانوی جوان انگلیسی از خانواده‌ای خاص، مورد توجه مرد جوان ثروتمند و متکبری قرار می‌گیرد.

۱۵ واژه [۱۶ واژه در متن اصلی]، ۲ شخصیت و یک جریان داستانی. هیچ چیز در این خط داستانی نشان دهنده‌ی این واقعیت نیست که رمان محبوبیتی دویست ساله خواهد داشت. اصلاً خط داستانی نمی‌تواند چنین چیزی را به شما بگوید. اجازه ندهید خط داستانی بار بیش از حدی را متحمل شود.

خط داستانی مثل یک تیزر تبلیغاتی است و مفهوم و کاربردی فراتر از آن ندارد. با این حال، این ابزار تفکر شما را در طول فرایند مرور و اصلاح اثر هدایت می‌کند. به همین دلیل باید پیش از انحام ویرایش پیشرفته و جزء‌به‌جزء داستانی که نوشته‌اید، به خط داستانی بپردازید.



آزمودن ساختار سه‌پرده‌ای

وقتی خط داستانی مناسبی را آماده کردید، می‌توانید گام بعدی خود را در راستای اصلاح داستان بردارید: ویرایش ساختار سه‌پرده‌ای. در فصل ۸ ساختار سه‌پرده‌ای را توصیف کردیم و آن را با چیزی که "ساختار سه فاجعه‌ای" نام نهادیم بیشتر بسط دادیم. ایده‌ی اصلی ساختار سه‌پرده‌ای از این قرار است:

✓ هر پرده شامل یک تکه‌ی بزرگ از داستان است و هر فاجعه یک مقطع زمانی مستقل در رمان را در برمی‌گیرد.

✓ پرده‌ی اول تقریباً رُبُع اول داستان را شامل می‌شود و شخصیت‌های اصلی را معرفی می‌کند.

✓ فاجعه‌ی اول دقیقاً در پایان پرده‌ی اول رخ می‌دهد و شخصیت اصلی را مجبور می‌کند به صورتی بی‌بازگشت به داستان تن دهد. اگر این شخصیت تا کنون هدف داستانی خود را پیدا نکرده باشد، وقوع فاجعه او را ناگزیر از این کار می‌کند.

✓ پرده‌ی دوم تقریباً نیمی از داستان را شامل می‌شود و دربرگیرنده‌ی موانع و پس‌رفت‌های زیادی است.

✓ فاجعه‌ی دوم در میانه‌ی پرده‌ی دوم اتفاق می‌افتد و با تغییر مسیر داستان از بی‌مزه و کشدار شدن آن پیشگیری می‌کند.

✓ فاجعه‌ی سوم در پایان پرده‌ی دوم اتفاق می‌افتد و شخصیت اصلی را وادار می‌کند کمر به پایان داستان ببندد. معمولاً این یعنی تن دادن شخصیت به درگیری نهایی که احتمال شکست در آن زیاد است، اما امکان پیروزی نیز وجود دارد. پیروزی یعنی رسیدن شخصیت اصلی به هدف داستانی‌اش و شکست یعنی باز ماندن او از نیل به هدفش.

✓ پرده‌ی سوم رویارویی نهایی را (که شامل نقطه‌ی اوج داستان و گشایش گره آن است) همراه با عواقب آن به تصویر می‌کشد و در نهایت تکلیف همه چیز را روشن می‌کند.

اگر هنوز ساختار سه‌پرده‌ای خود را ننوشته‌اید، حالا وقت این است که مشغول شوید. قسمت مربوط به نوشتن ساختار سه‌پرده‌ای را از فصل ۸ مطالعه کنید و سپس مراحل آن را برای داستان خود انجام دهید (اگر متوجه شدید که داستان شما بیش از سه پرده دارد، کادر خاکستری بعدی را بخوانید: "با پرده‌های داستانی اضافی چه کنیم؟").

با پرده‌های داستانی اضافه چه کنیم؟

بین تعریف ما و ساختار داستان شما تفاوت در نام‌گذاری است.

اما اگر ساختاری پنج‌پرده‌ای دارید، تفاوت‌های آن با تعریف سه‌پرده‌ای زیاد خواهد بود. اگر این ساختار برای اثر شما صدق می‌کند اشکالی ندارد. اگر در نظر گرفتن داستان‌تان به عنوان یک ساختار سه‌پرده‌ای منطقی به نظر نمی‌رسد، خود را ملزم به انجام چنین کاری نکنید. اگر یک ساختار داستانی بیست‌پرده‌ای داشته باشید، احتمال دارد که داستان خود را زیادی کش داده باشید. با نگاهی دقیق می‌توانید پرده‌های داستانی متعدد را به هم پیوندد بزنید و فاجعه‌های اصلی را در جایگاه‌های استاندارد خود - طبق تعریف ساختار سه‌پرده‌ای - قرار دهید.

ممکن است از خود بپرسید که اگر پرده‌های داستانی شما از سه تا بیشتر باشند چه باید کنید. اگر چهار، پنج، یا بیست پرده‌ی داستانی داشته باشید چه؟ یادتان باشد که ساختار سه‌پرده‌ای به خاطر کارایی‌اش محبوب است، اما تنها ساختار پیشرفته‌ای که برای داستان‌نویس تعریف شده، نیست. اگر ساختار داستان شما منطقی باشد، چیزی نمی‌تواند آن را زیر سؤال ببرد.

اگر یک ساختار چهار پرده‌ای دارید، ممکن است این چهار پرده‌ی داستانی از نظر طولی مساوی باشند. در این صورت ترکیب پرده‌ی ۲ و ۳ با هم می‌شود همان پرده‌ی ۲ که ما تعریف کردیم و طبعاً پرده‌ی ۴ هم همان پرده‌ی ۳ تعریف ما خواهد بود. به این ترتیب تنها فرق

در این قسمت فرایند آزمودن تمام جنبه‌های ساختار سه‌پرده‌ای را به شما نشان می‌دهیم. برای این کار ساختار سه‌پرده‌ای پدرخوانده و غرور و تعصب را بررسی می‌کنیم. به نظر شما، این دو کتاب به اندازه‌ی کافی معروف نیستند؟ در ضمن چند سؤال هم مطرح می‌کنیم تا به کمک آن‌ها داستان خودتان را تحلیل کنید. حین پاسخ‌گویی به این سؤالات در اثر خود دست نبرید، فقط از تغییراتی که می‌خواهید ایجاد کنید، یادداشت بردارید. سپس تمام تغییرات ساختاری مورد نظرتان را یکجا اعمال کنید. در پایان این فصل به بحث درباره‌ی نوشتن پیش‌نویس دوم می‌پردازیم.



ممکن است بپرسید که آیا جریانات داستانی ثانویه هم می‌توانند ساختار سه‌پرده‌ای داشته باشند؟ بله، این امکان وجود دارد. تحلیل کردن سایر جریانات داستانی به واسطه‌ی ساختار سه‌پرده‌ای کاری منطقی است. اما خودتان را مجبور نکنید که برای هر جریان داستانی فاجعه‌هایی دقیقاً همزمان با فاجعه‌های داستان اصلی در نظر بگیرید. زمان‌بندی‌ای که ما از فجایع داستانی ارائه می‌دهیم نسبی است.

سه فاجعه‌ی شما کدامند؟

شناسایی فاجعه اولین گام است. منظور ما فاجعه‌هایی است که شخصیت‌های اصلی را درگیر داستان می‌کنند، مسیر آن را تغییر می‌دهند و رویارویی نهایی را رقم می‌زنند. حالا به تحلیل ما از ساختار سه‌پرده‌ای رمان پدرخوانده توجه کنید. سه فاجعه‌ی این رمان با حروف مورب آمده‌اند:

پس از اینکه پدرخوانده‌ی مافیایی، ویتو کورلئونه، توسط دشمنش ویرژیل سولوزو تقریباً به قتل می‌رسد، خانواده‌ی قدرتمند کورلئونه دچار بحران می‌شود. مایکل، جوان‌ترین پسر ویتو، دانشجویی درس‌خوان است که انتقام اقدام به ترور پدر را با کشتن سولوزو و همدست پلیس‌ش می‌گیرد. اما مایکل مجبور می‌شود از کشور بگریزد. سانی کورلئونه، بزرگ‌ترین برادر مایکل، علیه پنج خانواده‌ی مافیایی دیگر جنگی چند ماهه به راه می‌اندازد تا اینکه سرانجام دشمنان سانی او را گیر می‌اندازند و به قتل می‌رسانند. مایکل که در سیسئیل پنهان شده، عاشق دختری از اهالی آنجا می‌شود و با او ازدواج می‌کند. اما همسرش در حمله‌ی تروریستی‌ای که او هدفش بود جان می‌دهد. در پایان مایکل به آمریکا بازمی‌گردد، پدرخوانده‌ی جدید خانواده‌ی کورلئونه می‌شود و راهی خشونت‌بار اما کارآمد برای برقراری صلح پایدار میان خود و دشمنانش پیدا می‌کند.

حالا به تحلیل ما از ساختار سه‌پرده‌ای غرور و تعصب (با توجه به تعالیم فصل ۸) توجه کنید، که فجایع در آن با حروف مورب نوشته شده‌اند:

وقتی لیزی پنت و خواهرانش در یک جشن با آقایان متمول آشنا می‌شوند، لیزی از یکی از آن‌ها، یعنی آقای دارسی، خیلی بدش می‌آید. جیسین، خواهر لیزی، عاشق دوست آقای دارسی، یعنی آقای بینگلی می‌شود و لیزی هم از آقای ویک‌هام خوش‌اش می‌آید (لیزی بعداً می‌فهمد که ویک‌هام از نظر مالی توسط آقای دارسی نابود شده است). چند ماه بعد وقتی لیزی در هانسفورد به ملاقات دوست متأهلش می‌رود، آقای دارسی دنبال او می‌رود و از او خواستگاری می‌کند، اما لیزی آب پاکی را بر دستان دارسی می‌ریزد. لیزی خیلی زود می‌فهمد که آقای دارسی آن قدرها هم که او فکر می‌کرده آدم بدی نیست و کم‌کم از نپذیرفتن پیشنهاد ازدواج او پشیمان می‌شود. در این اثنا، لیدیا فرار می‌کند تا زندگی نامشروعی را با آقای ویک‌هام آغاز کند. وقتی لیزی می‌فهمد که آقای دارسی اجازه نداده ابروی خواهرش برود و وقتی می‌فهمد که دیگر از او نفرت ندارد، این دو متوجه می‌شوند که برای هم ساخته شده‌اند.

حالا به چند آزمون تشخیصی بر روی این ساختارهای سه‌پرده‌ای نمونه توجه کنید.

آیا طول پرده‌های داستانی متعادل است؟

در پایان پرده‌ی اول، میانه و پایان پرده‌ی دوم، به ترتیب سه فاجعه اتفاق می‌افتد. خواننده انتظار دارد پرده‌ی داستانی مختلف طول به‌خصوصی داشته باشند:



✓ اولین پرده باید تقریباً رُبُع اول داستان را پوشش دهد.

✓ پرده‌ی دوم باید تقریباً نیمی از داستان را شامل شود.

✓ پرده‌ی سوم باید رُبُع آخر داستان را دربرگیرد.

این طول‌ها تقریبی هستند. بسیاری از رمان‌های موفق محدودیت‌های ذکر شده را زیر پا گذاشته‌اند.

طول پرده‌های داستانی در پدرخوانده و غرور و تعصب

پدرخوانده رمانی است که در ۷ جلد با حجم‌های متفاوت عرضه شده است. نسخه‌ای که ما از این رمان داریم ۴۴۶ صفحه است و پرده‌ی اول در صفحه‌ی ۱۵۳، یعنی تقریباً یک‌سوم اول داستان تمام می‌شود. پرده‌ی دوم در صفحه‌ی ۳۵۴ تمام می‌شود. بنابراین پرده‌ی اول خیلی طولانی‌تر از حد انتظار است، اما پرده‌ی دوم و سوم کوتاه‌تر از حد معمول هستند. دلیل این حالت ساده است: پدرخوانده کتابی پیچیده‌ای با شخصیت‌های بسیار است و بنا کردن چنین صفحه‌ی شطرنجی، فضای زیادی می‌طلبد. پایان این داستان کوتاه است، چراکه اکثر جریانات داستانی پیش‌تر به نتیجه رسیده‌اند و فقط

جریان داستانی اصلی (داستان مایکل) باقی مانده است.

غرور و تعصب کتابی ست متشکل از ۶۱ فصل و ۳۳۲ صفحه (نسخه‌ای که در اختیار ماست). پرده‌ی اول تا فصل ۱۶ ادامه می‌یابد و در صفحه‌ی ۷۳ تمام می‌شود؛ یعنی حدود یک‌پنجم کتاب را دربرمی‌گیرد. پرده‌ی دوم تا فصل ۴۶ ادامه دارد و در صفحه‌ی ۲۳۷ تمام می‌شود؛ یعنی تا به اینجا حدود سه‌چهارم کتاب خوانده شده است. بنابراین پرده‌های داستانی تا اینجا تعادل خوبی دارند. اما پرده‌ی آخر طولانی‌تر از حد معمول است. دلیل طولانی بودن پایان داستان این است که آستن باید چند خط داستانی را به نتیجه برساند و این جریان‌ات به‌شدت به هم وابسته‌اند: جریان داستانی اول به لیدیا و ویک‌هام مربوط است، دومی به جیس و بینگلی و جریان سوم مربوط به لیزی و داریسی می‌شود. هر جریان داستانی برای به نتیجه رسیدن نیازمند تعداد صفحات زیادی است.

بررسی تعادل پرده‌های داستانی شما



به ساختار سه‌پرده‌ای رمان خود نگاه کنید و به پرسش‌های تشخیصی زیر پاسخ دهید:

- ✓ آیا طول نسبی پرده‌های داستانی به‌نظرتان کافی است؟
- ✓ آیا هیچ‌یک از پرده‌های داستانی از حد معمول طولانی‌تر یا کوتاه‌تر است؟ اگر طول پرده‌های داستانی به‌صورت غیرعادی در آمده، آیا توجیه خوبی برای این امر دارید؟
- ✓ آیا کوتاه کردن یا ادامه دادن یکی از پرده‌ها منطقی خواهد بود؟
- ✓ آیا منطقی است که فاجعه‌ی اول یا سوم را اندکی جابه‌جا کنید تا نسبت پرده‌های داستانی کمی طبیعی‌تر شود؟

از تغییرات ساختاری احتمالی‌ای که فکر می‌کنید لازم است بعداً در داستان ایجاد کنید یادداشت بردارید، اما آن‌ها را اعمال نکنید. هنوز موارد زیادی هست که باید اول به آن‌ها بپردازید. در ادامه، قسمتی مجزا ("فهرست صحنه‌ها: تحلیل جریان صحنه‌ها") را به تعادل پرده‌های داستانی اختصاص خواهیم داد.

آیا داستان در آغاز خود شتاب می‌گیرد؟

در آغاز - پرده‌ی اول - خواننده هیچ چیزی درباره‌ی شخصیت‌ها، پیشینه‌ی داستانی آن‌ها، ارزش‌ها، آرزوها و اهدافشان نمی‌داند. اما نمی‌توان پنجاه صفحه متن را کد و کسل کننده نوشت تا خواننده از ماجراها سر در بیاورد. داستان باید از همان اولین صفحه پویا و زنده باشد.



لازم نیست وقایع داستان شما از همان ابتدا شتاب زیادی داشته باشند یا "در مسیر درستی" قرار بگیرد. تنها چیزی که در آغاز داستان مهم است، وضوح مسیر آن است. با پیش رفتن پرده‌ی اول، شتاب داستان بیشتر می‌شود و مسیر آن با تمرکز یافتن شخصیت اصلی روی هدفش، تغییر می‌کند. تا پایان پرده‌ی اول داستان خود باید توانسته باشید با نهایت شتاب و در جهتی درست به حرکت در آمده باشید.

نگاهی به شتاب وقوع داستان در دو رمان نمونه

پدرخوانده با عروسی دختر ویتو کورلئونه آغاز می‌شود. خواننده‌ها در این عروسی شخصیت‌های بسیاری را می‌بینند که همگی برای داستان مهم‌اند. اندکی بعد از عروسی، کورلئونه پیشنهاد کاری سولوزو را رد و او را به دشمن خود تبدیل می‌کند. زمان زیادی نمی‌گذرد که کورلئونه در خیابان تقریباً به قتل می‌رسد. در این مقطع، داستان با بیشترین شتاب ممکن اتفاق می‌افتد. با اینکه سرعت داستان خیلی زیاد است، اما به نرمی و در کمال ظرافت، شتاب می‌گیرد.

غرور و تعصب با اخبار اجاره‌ی عمارت ندرفیلد توسط آقای بینگلی و اصرار خانم بینت به شوهرش مبنی بر ملاقات با این آقای جوان آغاز می‌شود، بلکه او عاشق یکی از دختران‌شان شود. در عرض چند صفحه سه بانوی جون با بینگلی و دوستش، دارسی، در یک میهمانی آشنا می‌شوند. بینگلی به سرعت توجه خانواده‌ی بینت را جلب می‌کند. اما دارسی شروع خوبی ندارد. در صفحه‌ی ۱۰، آستن شتاب داستان را به خوبی تنظیم کرده و توانسته شروع خوبی را برای ماجراها رقم بزند.

آغاز داستان خود را بیازمایید

پنج فصل اول داستان خود را بخوانید و به این سوالات تشخیصی پاسخ دهید:



- ✓ در آغاز چند صفحه پیشینه‌ی داستانی نوشته‌اید؟ چقدر چکیده‌ی روایی دارید؟ اگر جواب این دو سؤال غفلگیرتان کرده است، آیا فکر می‌کنید بتوانید مقدار پیشینه‌ی داستانی و چکیده‌ی روایی را در پنج فصل اول کاهش دهید؟
- ✓ خواننده باید چند صفحه بخواند تا با تمام شخصیت‌های اصلی آشنا شود؟ آیا زودتر معرفی کردن ین شخصیت‌ها منطقی‌تر نیست؟
- ✓ آیا شخصیت اصلی از همان ابتدا هدف دارد (حتی اگر این هدف، هدف داستانی اصلی و نهایی او نباشد)؟

اولین فاجعه: آیا ندای حرکت واضح است؟

خواننده می‌خواهد مطمئن شود که شخصیت‌ها واقعاً به داستان تعهد دارند. شاید شخصیت اصلی از ابتدای داستان هدف داستانی خود را پیدا کرده باشد، اما معمولاً این هدف در چنین مقطعی هنوز هم به بوته‌ی آزمایش گذاشته نشده است. زمانی که اولین فاجعه در پرده‌ی اول رخ بنماید، اوضاع تغییر می‌کند. اگر این فاجعه مصیبتی واقعی باشد، شخصیت اصلی مجبور می‌شود خوب فکر کند که رسیدن به خواسته‌اش چقدر برایش مهم است؟

یک فاجعه‌ی اولیه‌ی مناسب باعث می‌شود شخصیت اصلی با گرفتن تصمیمی مبنی بر پا پس کشیدن یا ادامه دادن راهش، به داستان تعهد پیدا کند. به‌طور خلاصه، فاجعه‌ی اول ندایی است که شخصیت اصلی را به حرکت فرا می‌خواند.



متعهد کردن مایکل کورلنونه و آقای داریسی به داستان

در پدرخوانده مایکل کورلنونه پیش از اولین فاجعه ندای حرکت را می‌شنود: زمانی که او طی یک ملاقات خانوادگی داوطلب می‌شود ویرژیل سولوزو و پلیس فاسد همدستش را بکشد. با اینکه این کار از مایکل بعید به‌نظر می‌رسد، اما به خاطر اینکه خواننده متوجه شباهت زیاد مایکل به پدرش شده، به راحتی تصمیم او را باور می‌کند. تصمیم مایکل از دیدگاه خود او تنها یک انتقام‌جویی شخصی است و از منطق کاری درستی ناشی می‌شود؛ بالاخره یک نفر باید سولوزو را بکشد و تنها کسی که می‌تواند به اندازه‌ی کافی به او نزدیک شود مایکل به‌ظاهر بی‌گناه است. مایکل می‌تواند خانواده‌اش را رها کند و تا این لحظه هم فاصله‌ی خود را با آن‌ها حفظ کرده است. اما حالا تصمیم گرفته سرنوشتش را با آن‌ها گره بزند. این تصمیمی برگشت‌ناپذیر است، زیرا برای عملی شدنش مایکل باید یک پلیس یونیفرم‌پوش را به قتل برساند.

در عرو و تعصب اولین فاجعه زمانی رخ می‌دهد که لیری از آقای ویک‌هام می‌شنود که داریسی او را به خاک سیاه نشانده است. این حرف دروغ است، اما لیزی به این موضوع پی نمی‌برد. داریسی هم از این شایعه بی‌خبر است. اما کمی بعد، در میهمانی آقای بینگلی، داریسی از لیزی تقاضا می‌کند که با او برقصد. لیزی تا جایی که حدود ادب و متانتش اجازه می‌دهد به داریسی توهین می‌کند. داریسی همین حالا هم عاشق لیزی شده، اما لیری این موضوع را نمی‌داند. داریسی به قدری از غیبت کردن بیزار است که نمی‌خواهد به لیزی توضیح بدهد که ویک‌هام آدم زن‌بازهای است. ندای حرکت داریسی واضح است: اگر او نتواند نظر لیزی را جلب کند، آدم شارلاتانی مثل ویک‌هام ممکن است این کار را بکند. اما داریسی مجبور است با دست‌های بسته به این نبرد برود، زیرا او با لو دادن ویک‌هام، آبروی خواهر خودش، جورجیانا، را هم خواهد برد؛ چرا که ویک‌هام

جورجیانا را هم پیش‌تر فریفته بود.

نحوه‌ی ارائه‌ی ندای حرکت

فصلی را که فاجعه‌ی اول داستان تان - که پرده‌ی اول را به پایان می‌برد - در آن آمده بخوانید. سپس خوب فکر کنید و به این سوالات پاسخ دهید:



✓ آیا فاجعه‌ی داستان با ندای حرکت (فراخوانی برای تعهد به هدف داستانی) همراه است؟
✓ خطراتی که ندای حرکت به همراه دارد کدامند؟ امتیازات حاصل از آن کدامند؟
آیا می‌توانید با افزایش خطرات یا امتیازات جذابیت تصمیم‌گیری شخصیت اصلی را افزایش دهید؟

✓ چرا شخصیت اصلی داستان شما نمی‌تواند به ندای حرکت بی‌اعتنا باشد؟
پیشینه‌ی داستانی، ارزش‌ها یا آرزوهای او چگونه باعث می‌شوند به داستان تعهد پیدا کند؟ آیا دلیل خوبی دارید تا متعهد بودن شخصیت اصلی را برای خواننده توجیه کنید (برای جزئیات بیشتر درباره‌ی انگیزه‌ی شخصیت‌ها به فصل ۱۲ مراجعه کنید)؟

آیا دومین فاجعه از میانه‌ی طولانی داستان حمایت می‌کند؟

پرده‌ی دوم داستان شما - یا میانه‌ی داستان - طولانی‌ترین پرده است و به همین دلیل بیش از دو پرده‌ی دیگر با احتمال خسته کننده یا کشدار شدن و از دست دادن جذابیت خود برای خواننده مواجه است. شخصیت اصلی داستان شکست‌ها و پیروزی‌های کوچکی را تجربه می‌کند. اما پس از مدتی ممکن است این‌ها هم یکنواخت شوند. در میانه‌ی پرده‌ی دوم خواننده نیاز دارد تغییری در آهنگ و شتاب داستان مشاهده کند. فاجعه‌ی دوم برای همین منظور نوشته می‌شود.

فاجعه‌ی دوم باید عظیم باشد و مسیر داستان را نیز تغییر دهد. این فاجعه ممکن است غافلگیر کننده یا یکی از نتایج احتمالی تصمیم شخصیت اصلی برای دل به دریا زدن باشد.



تغییر مسیر در پدرخوانده و غرور و تعصب

در پدرخوانده، شخصیت اصلی یعنی مایکل، به سیسیل پناه برده و در امنیت به سر می‌برد. زندگی در آمریکا ادامه دارد، اما خانواده‌ی کورلئونه تحت رهبری به‌چندان خوب پسر ارشد، سانی، در آستانه‌ی فراموشی است. سانی قاتلی بی‌رحم است و ذکاوت و نکته‌بینی پدر را به ارث نبرده است. تقریباً به محض گذر از میانه‌ی داستان، دُن کورلئونه از یکی از مشتریان به نام آمریگو بوناسیرا، که در کسب و کار کفن و دفن است تقاضای لطفی می‌کند. بوناسیرا به اتاق پذیرایی محل کارش می‌رود تا به دُن خوشامد بگوید

و او را در حالی می‌یابد که بدن گلوبه‌باران شده‌ی پسرش، سانی، را برای تدفین آورده است. این موضوع خواننده را غافلگیر می‌کند. اما وجودش برای داستان واضح است، زیر آشکارا نشان می‌دهد که بارگشت مایکل برای اداره‌ی خانواده‌ی کورلثونه لازم است.

در غرور و تعصب لیزی بنیت، به ملاقات دوستش شارلوت، که با پسرعمه‌ی کسل‌کننده‌ی لیزی - آقای کالینز - عروسی کرده، رفته است. آقای کالینز حسابی چاپلوسی بانو کاترین دو برگ - خاله‌ی آقای دارسی - را که برای ملاقات لیزی آمده است می‌کند. لیزی از اینکه باید با دارسی مواجه شود متنفر است و فکر می‌کند دارسی هم همین حس را نسبت به او دارد. دقیقاً در وسط داستان، لیری - و خواننده - به شدت غافلگیر می‌شود: دارسی از لیزی خواستگاری می‌کند. خواستگاری دارسی از لیزی بی‌برنامه، تحقیرآمیز و موهن است. لیزی رُک و راست و در نهایت بی‌ادبی دست رد به سینه‌ی او می‌زند و با این کار ظاهراً تمام پل‌های پشت سرش را خراب می‌کند. اما جواب او باعث تحول دارسی می‌شود. حالا او خود را همان‌طوری که هست می‌بیند و درمی‌یابد که باید رویکردش را اصلاح کند. آیا دارسی تجربه‌ی انجام چنین کاری را دارد؟

بررسی فاجعه‌ی دوم داستان شما

فصلی را که فاجعه‌ی دوم داستان‌تان در آن اتفاق افتاده بخوانید. به سؤالات زیر پاسخ دهید، و یادداشت بردارید:



- ✓ آیا فاجعه تقریباً در میانه‌ی داستان رخ می‌دهد؟ اگر نه آیا می‌توانید وقایع را طوری جابه‌جا کنید که آن را به میانه‌ی داستان بیاورید؟
- ✓ آیا فاجعه بدترین اتفاقی است که تا کنون در داستان افتاده؟ اگر نه، آیا می‌توانید به وخامت آن بیفزایید؟
- ✓ آیا فاجعه نقطه‌ی عطفی در داستان است که سبب تغییر درونی مهمی در شخصیت‌های اصلی یا تغییر برنامه‌های آن‌ها برای رسیدن به هدف داستانی‌شان می‌شود؟
- ✓ آیا فاجعه تا حد ممکن غافلگیر کننده است؟ آیا می‌توانید بدون اینکه آن را غیرقابل‌باور حلوه دهید، کیفیت غافلگیری‌اش را افزایش دهید؟

آیا فاجعه‌ی سوم اجباراً داستان را به پایان می‌رساند؟

هدف پرده‌ی دوم این است که پایان داستان را با قرار دادن موانع و شکست‌هایی در مسیر شخصیت اصلی به تأخیر بیندازد. این موضوع در خواننده تنش ایجاد می‌کند؛ او نگران است که مبدا شخصیت اصلی هرگز به هدفش نرسد. هدف از فاجعه‌ی سوم وادار کردن شخصیت اصلی به تمام کردن داستان است. او باید تصمیم به کاری (یا

انجام آخرین رویارویی) بگیرد که یا به پیروزی ختم می‌شود، یا به شکست کامل. این پا و آن پا کردن کافی است!

رسیدن به آخرین رویارویی در دو رمان نمونه

در پدرخوانده واکشش دُن کورلئونه به مرگ سانی تسلیم ظاهری است. او رهبران پنج خانواده‌ی مافیایی را فرا می‌خواند و دشمنی‌ها را پایان می‌دهد. وی همچنین با درخواستی که در وهله‌ی اول آغازگر جنگ شد موافقت می‌کند: فراهم آوردن پوشش قانونی و سیاسی لازم برای کمک به قاچاق مواد مخدر. دُن کورلئونه همچنین قسم می‌خورد که انتقام قتل سانی را بگیرد، اما هشدار می‌دهد که هیچ تهدیدی را علیه جوان‌ترین پسرش مایکل - که می‌خواهد او را به آمریکا برگرداند - تحمل نخواهد کرد. در این بین، مایکل با یک دختر سیسیلی ازدواج کرده و در حال سپری کردن روزهای زیبای اول ازدواج است. او و همسرش تصمیم می‌گیرند به جایی نقل مکان کند که مایکل در آن کمتر شناخته شده است. اما روزی که قرار است این کار را انجام دهند، بمبی که برای قتل مایکل تعبیه شده بود جان همسرش را می‌گیرد. این فاجعه‌ی شوکه‌کننده‌ی دیگری است که خواننده را با یک سؤال مواجه می‌کند: کورلئونه چگونه به زیر پا گذاشتن تنها شرط خود برای صلح پاسخ خواهد داد؟

در غرور و تعصب آقای دارسی طی نامه‌ای، به جواب منفی لیزی به درخواست ازدواجش، پاسخ می‌دهد و در آن حقیقت ر درباره‌ی آقای ویک‌هام آشکار می‌کند. در ادامه‌ی پرده‌ی دوم به تدریج چشمان لیزی به روی حقیقت باز می‌شود و درمی‌یابد که دارسی مرد متشخصی است، پشت سر دیگران حرف نمی‌زند، با دوستانش صمیمی و صادق است، به هنر عشق می‌وردد و باعث می‌شود کسانی که او را می‌شناسند دوستش بدرند. لیزی با خود چه فکر می‌کرد که دست رد به سینه‌ی او زد؟ ملاقات تصدفی او و دارسی سبب می‌شود هر دو به شدت معذب شوند. هر دو به شدت تغییر کرده‌اند، اما آیا می‌توانند به حالتی که پیش از آن خواستگاری فاجعه‌بار داشتند بازگردند؟ ظاهراً غیرممکن است. اما بعد خبر می‌رسد که ویک‌هام با کوچک‌ترین خواهر لیزی، لیدی، گریخته است، آن هم در حالی که رابطه‌ی آن دو مشروع نیست. حالا لیزی باید به خانه بازگردد و با خانواده‌ی ویران شده و بی‌آبروی خود مواجه شود. درسی احساس مسئولیت می‌کند، زیرا او به خاطر حفظ آبروی خواهرش جورجیانا، از راز تزویر ویک‌هام پرده برداشته بود. آیا دارسی می‌تواند اوضاع را رو به راه کند؟

ارزیابی فاجعه‌ی سوم

فصلی که سومین فاجعه داستان‌تان در آن اتفاق افتاده، بخوانید (این فصل باید پایان پرده‌ی دوم را نشان دهد) و به سؤالات زیر پاسخ دهید:



✓ آیا این فاجعه دور از انتظار و در عین حال محتمل بود؟ آیا خواننده می‌توانست آن را پیش‌بینی کند؟ آیا می‌توانید داستان را طوری تغییر دهید که غافگیری ناشی از وقوع این فاجعه سست‌تر شود؟ اگر این فاجعه چندان قابل باور نیست، آیا می‌توانید با کمی کار زیربنایی، خواننده را به پذیرش آن ترغیب کنید؟ (برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی کارهای زیربنایی که خبر از وقوع امری در آینده می‌دهند، کمی جلوتر، قسمت "خبر ز آینده: سرنخ‌هایی برای آماده کردن خواننده" را مطالعه کنید)

✓ آیا این فاجعه بدترین فاجعه‌ی داستان تا به این لحظه است؟ آیا این فاجعه باعث ایجاد حس استیصال می‌شود؟ آیا می‌توانید کاری کنید که وخامت اوضاع برای شخصیت اصلی، از آنچه هست، شدیدتر به نظر برسد؟

✓ آیا فاجعه سبب می‌شود شخصیت اصلی درگیر نبرد "مرگ یک‌بار، شیون یک‌بار" شود و خود را به آخر خط نزدیک ببیند؟ یا اینکه شخصیت اصلی می‌تواند بی‌خیال همه چیز شود و هیچ اقدامی نکند؟ اگر چنین است، آیا می‌توانید او را طوری در تنگنا قرار دهید که گزینه‌ای جز به خطر انداختن همه چیز و انجام آخرین تلاش عاجزانه‌ی خود نداشته باشد؟

آیا پایان داستان خواننده را مجبور به تعریف از آن برای دیگران می‌کند؟

لازم نیست حتماً کاری کنید که خواننده پایان را دوست داشته باشد. خواننده رمان را به این خاطر می‌خواند که آغاز آن او را اسیر خود کرده و میانه‌اش برای او جذابیتی سرگرم کننده داشته است. بسیاری از کتاب‌ها - از جمله کتاب‌های پر فروش و کلاسیک - پایان ساده‌ای دارند. اما پایان، آخرین چیزی است که خواننده پیش از بازگشت به زندگی عادی و حضور دوباره در جمع دوستانش می‌خواند اگر پایان داستان او را راضی کند، آن وقت او از شما تعریف خواهد کرد، و اگر از پایان داستان راضی نباشد، طبعاً از آن تعریف نخواهد کرد. بهترین تبلیغ برای داستان شما، نوشتن پایانی خوب برای آن است. پایان خوب باعث تبلیغ شفاهی می‌شود و این بهترین نیروی بازاریابی در جهان است.

در فصل ۸ درباره‌ی سه نوع پایان صحبت کردیم: پایان خوش، پایان غمگین و پایان تلخ و شیرین. سسته به نوع داستانی که می‌نویسید، هریک از این‌ها می‌تواند پایان فوق‌العاده‌ای باشد. فکر نکنید که پایان خوش همانی است که خواننده را بیش از هر چیزی راضی می‌کند. فکر نکنید که برای هنرمندان تر بودن باید پایانی غم‌انگیز در کاسه‌ی خواننده بگذارید. پایان باید با داستان تناسب داشته باشد. شخصیت اصلی باید به آنچه لیاقتش را دارد برسد؛ آن هم طوری که خواننده انتظارش را نداشته است.

نحوه‌ی نتیجه‌گیری از دو رمان نمونه

در پدرخوانده ویتو کورلئونه در نهایت راهی پیدا می‌کند که پسرش مایکل را از صندلی الکتریکی که دستگاه قصایی برایش در نظر گرفته برهاند و او را به خانه بازگرداند. بنابراین مایکل خلاصی یافته است. اما کسی تلاش کرده او را در سیسیل ترور کند. چه کسی دست به این کار زده است؟ واکنش مایکل و ویتو چه خواهد بود؟ آیا مایکل می‌تواند با وجود زیر پا گذاشته شدن پیمان صلح توسط پنج خانواده‌ی مافیایی دیگر، در آمریکا زندگی و کار کند؟ آیا مایکل مانند پدرش است؟ یا آدمکشی بی‌رحم مانند برادرش سانی؟ یا یک بزدل، مثل فردی؟

اگر این کتاب را خوانده باشید، می‌دانید که پایان آن با داستان تناسب کامل دارد: مایکل پس از مرگ پدرش در اثر سکت، زمام امور خانواده را به‌دست می‌گیرد، با وانمود کردن به ضعف، دشمنان خود را آرام می‌کند و سپس دستور چند قتل را صادر می‌کند که هم انتقام خون همسرش را می‌گیرد و هم او را به قوی‌ترین مرد تشکیلات زیرزمینی نیویورک تبدیل می‌کند. مایکل با صدور دستور ترور شوهرخواهر خودش ثابت می‌کند که از پدرش هم سنگدل‌تر است. پایان، پایانی تلخ و شیرین است. مایکل به هدفش رسیده، اما برای رسیدن به آن مجبور شده وجدان خود را بکشد. او به جایگاه مهمی رسیده، اما در مسیر آن نیکی روح خود را از دست داده است. همین باعث می‌شود شما دوستان‌تان را صدا زنید و به آن‌ها بگویید: «همین الان بهترین کتابی که در عمرم خوانده‌ام تمام شد...»

در غرور و تعصب لیزی بنیت از اینکه عمویش به‌نوعی اوضاع را رو به‌راه می‌کند بسیار شگفت‌زده می‌شود. خواهرش، لیدیا و ویک‌هام پیدا می‌شوند، قرض‌های ویک‌هام پرداخت می‌شود و آن دو به عقد هم درمی‌آیند. به این ترتیب ننگی که ممکن بود از ازدواج دو خواهر دیگر جلوگیری کند، از پیشانی خانواده پاک شده است. اما با این حال هنوز هم یک جای کار می‌لگد. وقتی آقای بینگلی بازمی‌گردد تا از خواهر دیگر لیزی، جین، خواستگاری کند، لیزی افکارش را درباره‌ی این تعبیر ناگهانی بخت و اقبال کنار می‌گذارد. اگر او چند ماه پیش در پاسخ به پیشنهاد ازدواج داری رفتار بهتری نشان داده بود، ممکن بود آینده‌ی او هم مانند خواهران‌اش روشن باشد. داری از مردی که لیزی در رؤیاهایش می‌دید خیلی بهتر است. اما لیزی دیگر به او دسترسی ندارد؛ شاید هم دارد؟!

خاله‌ی آقای داری، بانو کاترین دو برگ عصبانی از شایعه‌ای مبنی بر اینکه چشم لیزی به دنبال خواهرزاده‌اش است، به دیدن او می‌آید. لیزی از خود می‌پرسد که چگونه چنین شایعه‌ای به راه افتاده است و در عین حال از تکذیب آن خودداری می‌کند. بانو کاترین بدحوری چشمگین است و وقتی از حیره‌سری لیزی با داری صحبت می‌کند،

او احساس می‌کند که می‌تواند باز هم به لیزی پیشنهاد ازدواج بدهد. اگر از این جور اتفاقات خوش‌تان می‌آید، این پایان برایتان پایان خوشی محسوب می‌شود و می‌توانید تعریفش را برای دوستان‌تان بکنید. در یکی دو قرن اخیر چندین میلیون خواننده که از این جور اتفاقات خوش‌شان می‌آمده، همین کار را کرده‌اند.

ارزیابی پایان داستان شما

قسمت پایانی داستان خود - پرده‌ی سوم - را به‌طور کامل بخوانید و درباره‌ی این سؤالات فکر کنید:



✓ آیا شخصیت اصلی در یک رویارویی نهایی، که تنش‌های داستان را به اوج می‌رساند، قرار می‌گیرد؟

✓ آیا راه‌حل داستان شما پایانی خوش، غمگین یا تلخ و شیرین را برای آن رقم می‌زند؟ آیا این پایان، برای نوع کتانی که می‌نویسید، قابل قبول است؟

• اگر پایان خوشی است، آیا می‌توانید پیروزی را در آن کامل‌تر جلوه‌دهید؟

• اگر پایانی غم‌انگیز است، آیا می‌توانید شکست را دردناک‌تر جلوه‌دهید؟

• اگر تلخ و شیرین است، آیا می‌توانید تضاد بین تلخی و شیرینی آن را آشکارتر نشان دهید؟

✓ آیا این پایان برای داستان‌تان مناسب است؟ آیا شخصیت اصلی به آنچه لیاقتش را دارد می‌رسد؟ آیا این پایان غافلگیر کننده است؟

✓ کدام ویژگی خاص پایانی داستان شما ممکن است باعث شود خواننده درباره‌ی آن برای دیگران حرف بزند؟ آیا می‌توانید این ویژگی را تقویت کنید؟ اگر چنین ویژگی‌ای وجود ندارد، می‌توانید - بدون بر هم زدن یکپارچگی هنری اثرتان - آن را ایجاد کنید؟

فهرست صحنه‌ها: تحلیل جریان صحنه‌ها

پس از آنکه خط داستانی را به‌درستی نوشتید و از پس ساختار سه‌پرده‌ای هم برآمدید، توصیه می‌کنیم صحنه‌ها را تحلیل کنید و مطمئن شوید سازگاری خوبی با هم دارند. فهرست صحنه‌ها تمام صحنه‌های داستان را در یک نگاه به شما نشان می‌دهد. اگر هنوز فهرست صحنه‌ها را ننوشته‌اید، به فصل ۹ مراجعه کنید و نحوه‌ی خلق این عنصر را یاد بگیرید. نوشتن این فهرست زمان زیادی نمی‌برد، اما محصول آن ابزار بسیار مفیدی در ویرایش لایه‌های میانی پی‌رنگ است.

در این قسمت درباره‌ی نحوه‌ی اصلاح فهرست صحنه‌ها - مرتب کردن، افزودن، حذف کردن و هدف‌گذاری دوباره‌ی آن‌ها - برایتان توضیح می‌دهیم تا بتوانید هر چه سریع‌تر توالی صحنه‌های داستان خود را ویرایش کنید (درباره‌ی ویرایش خود صحنه‌ها در فصل‌های ۱۴ و ۱۵ صحبت خواهیم کرد). همچنین به عنصر پیش‌آگاهی یا جبر از آینده نیز می‌پردازیم و توضیح می‌دهیم که چگونه می‌توانید با استفاده از فهرست صحنه‌ها، پیش‌نویس دوم اثر خود را - ضمن اعمال تمام اصلاحات بزرگ مقیاس - آماده کنید.

مرتب کردن صحنه‌ها

اولین کاری که باید انجام دهید حصول اطمینان از این است که فهرست صحنه‌ها به تک‌تک صحنه‌های دست‌نوشته‌ی شما اشاره دارد. توصیه می‌کنیم برای یادداشت‌برداری از فهرست صحنه‌ها از یک صفحه‌ی گسترده یا کارت‌های 5×3 استفاده کنید. هر صحنه را در قالب یک تا سه حمله خلاصه کنید و حالا به سؤالات تشخیصی زیر پاسخ دهید:

✓ آیا فضاهای داده شده به سه فاجعه‌ی اصلی، نسبتاً برابرند؟ نگاه‌گذاری به فهرست صحنه‌ها بیندازید و سه صحنه‌ای را که حاوی سه فاجعه‌ی اصلی ساختار سه‌پرده‌ای هستند شناسایی کنید. این صحنه‌ها را به‌شکلی علامت‌گذاری کنید (مثلاً ردیف‌های مربوط به این صحنه‌ها در صفحه‌ی گسترده را رنگ کنید، یا اگر از کارت 5×3 استفاده می‌کنید، با خودکار قرمز زیر این صحنه‌ها خط بکشید). آیا از محل قرارگیری این فجایع راضی هستید؟ اگر نه، آیا می‌توانید با جابه‌جا کردن صحنه‌های دیگر، جایگاه آن‌ها را منطقی‌تر جلوه دهید؟ آیا می‌توانید چند صحنه را حذف یا اضافه کنید؟

✓ اگر از شخصیت‌های مُشرف متعددی استفاده کرده‌اید، آیا به بعضی از آن‌ها فضای بیشتر داده شده و بعضی فضای کافی ندارند؟ اگر هر شخصیت مُشرف را با یک رنگ علامت‌گذاری کنید، می‌توانید با یک نگاه ببینید که او در چند صحنه حاضر می‌شود. البته انتظارش را داشته باشید که شخصیت‌های اصلی بیشتر از سایر شخصیت‌ها نقش مُشرف داشته باشند. اگر الگوهای حضوری که می‌ببینید راضی‌تان نمی‌کند، سعی کنید شخصیت مُشرف بعضی از صحنه‌ها را طوری تغیر دهد که توزیع این نوع شخصیت‌ها منطقی‌تر پیدا کند. (برای نکاتی درباره‌ی انتخاب شخصیت مُشرف به فصل ۱۲ مراجعه کنید)

✓ آیا منطق داستان در تمام جریان‌های داستانی صادق است؟ اگر چنین نیست، آیا می‌توانید با افزودن، حذف، یا جابه‌جایی صحنه‌ها منطق داستان را بهبود بخشید؟ آیا زمان‌بندی وقایع داستان منطقی است؟

✓ توزیع بار احساسی در صحنه‌ها به چه شکل است؟ نیازی نیست که تمام

صحنه‌ها بار احساسی زیادی داشته باشند، چنین حالتی برای خواننده ملال‌آور است. شما باید وزن احساسی صحنه‌ها را با صرباهنگی منطقی ارائه دهید. هر صحنه باید وزن احساسی مناسب خود را، با توجه به جایگاهش در داستان، داشته باشد. اگر بار احساسی صحنه‌ای کمتر از حد مناسب آن باشد، بهتر است جایگزین مناسبی بری آن صحنه پیدا کنید یا تکانه‌ی احساسی ناشی از خواندن آن صحنه را به طریقی تقویت کنید (فصل‌های ۱۴ و ۱۵ نکاتی درباره‌ی ویرایش صحنه‌ها ارائه می‌دهند).

✓ آیا می‌توانید با به تأخیر انداختن یک صحنه، تعلیق داستان را افزایش دهید؟
آیا می‌توانید از غیاب یک شخصیت در صحنه‌های حیاتی به خصوصی، اطلاعات مهمی را از او پنهان کنید؟

ما به این نتیجه رسیده‌ایم که کار کردن روی فهرست صحنه‌ها سبب روان‌تر شدن فرایند ویرایش می‌شود. جابه‌جا کردن سطرهای یک صفحه‌ی گسترده از بریدن و چسباندن صحنه‌های چندین صفحه‌ای در نرم‌فرار وُرد بسیار آسان‌تر است.

خبر از آینده: سرنخ‌هایی برای آماده کردن خواننده

باید بین دو کیفیت باورپذیری و غافلگیری سه فاجعه‌ی اصلی داستان تعادلی منطقی برقرار باشد. برقرار کردن این معادل دشوار است، زیرا خواننده ممکن است خیلی پیش‌تر از وقوع یک فاجعه‌ی قابل‌باور، وقوع آن را حدس برند. از سویی دیگر، خواننده ممکن است خواننده فکر کند که یک فاجعه‌ی غافلگیرکننده کمی بیش از حد، غیرقابل‌باور است، این موضوع برای نقطه‌ی اوج (یا گره‌گشایی) داستان صدق می‌کند، زیرا نقطه‌ی اوج داستان هم باید باورپذیر باشد، هم غیرمنتظره.

یکی از رمزهای موفقیت در ایجاد تعادل مناسب بین دو کیفیت باورپذیری و غافلگیری این است که خیلی پیش‌تر از وقوع فاجعه‌ها و رسیدن نقطه‌ی اوج داستانی، این دو را در داستان پیش‌بینی کنید. شما می‌توانید با تعبیه کردن سرنخ‌های کوچک و دیگر ریزه‌کاری‌های اطلاعات جزئی چنین کاری را انجام دهید. خواننده ممکن است چنین سرنخ‌هایی را ندیده بگیرد. اما وقتی اتفاق غیرمنتظره‌ای در داستان شما رخ می‌دهد، فوراً می‌فهمد که باید احتمال وقوع آن را می‌داد، چرا که شما تمام اطلاعات لازم را پیش‌تر به او داده بودید. فهرست صحنه‌ها بهترین راه ردگیری این سرنخ‌ها و اشارت است.



برای مثال، اگر شما نویسنده‌ی رمان غرور و تعصب بودید، احتمالاً می‌خواستید سومین فاجعه را (آقای ویک‌هام، لیدی‌ای ۱۵ ساله را قانع می‌کند که با او بگریزد تا زندگی نامشروعی را با هم آغاز کنند) تا جایی که می‌توانید قاب باور و در عین حال غیرمنتظره

جلوه دهید. اگر جین آستن یک صفحه‌ی گسترده داشت و فهرست صحنه‌هایش را در آن می‌نوشت، می‌توانست با افزودن بعدادی یادداشت، سرنخ‌های زیر را در صحنه‌های خاصی بگنجاند:

✓ در اوایل داستان، اشاره به اینکه لیدیا شیفته‌ی افسران ارتش است.

✓ صحنه‌ای که در آن لیدیا و ویک‌هام در یک میهمانی می‌رقصند.

✓ در نامه‌ای که دارسی به لیزی نوشت و در آن قضیه‌ی تلاش ویک‌هام برای اغوای جورجینا دارسی را فاش کرد، اشاره به اینکه جورجینا هم در آن زمان ۱۵ سال سن داشت.

✓ در صحنه‌ای دیگر، اشاره‌ای گذرا به اینکه لیدیا هم ۱۵ سال سن دارد.

البته لازم نیست تمام این سرنخ‌ها را در فهرست صحنه‌ها بگنجانید. در هنگام ویرایش اثر، این فهرست، ابزار ساده‌ای برای کمک به تصمیم‌گیری درباره‌ی محل افزودن سرنخ‌هاست. فهرست صحنه‌ها، داستان را در یک نگاه به شما نشان می‌دهد و کمک‌تان می‌کند که اطلاعات جزئی پیش‌آگاهی دهنده را تا جایی که می‌توانید در داستان پراکنده کنید.

کنار هم گذاشتن تمام اجزا در قالب پیش‌نویس دوم

اگر فهرست صحنه‌ها را ویرایش کرده باشید، برای اعمال رسمی اولین سری اصلاحات در دست‌نوشته‌ی خود آماده هستید. ما فرض را بر این می‌گذاریم که دست‌نوشته‌ی شما در قالب یک متن واحد در نرم‌افزار ورد نوشته شده است. اگر این‌طور نیست، می‌توانید مراحل زیر را طوری تغییر و انجام دهید که در پایان کار متن واحدی داشته باشید که کل پیش‌نویس دوم اثرتان در آن باشد. اکنون مراحل زیر را به ترتیب انجام دهید:

۱. یک کپی از متن تهیه و عنوان جدیدی برای آن انتخاب کنید که نشان دهد پیش‌نویس دوم است.

اگر عنوان فایل اولیه‌ی شما "رمان من.doc" باشد، می‌توانید عنوان کپی آن را "رمان من ۲.doc" بگذارید. نسخه‌ی اول را در جای امنی ذخیره کنید. از این لحظه به بعد فقط با نسخه‌ی دوم سر و کار خواهید داشت.

۲. صحنه‌هایی را که از فهرست صحنه‌ها حذف کرده‌اید، از فایل خود نیز حذف کنید. درباره‌ی حذف صحنه‌ها در فصل ۱۴ صحبت خواهیم کرد.

۳. اگر صحنه‌هایی را به فهرست اضافه کرده‌اید، نقاط مربوط به آن‌ها را در پیش‌نویس جدید علامت‌گذاری کنید.



کافی است در قالب یکی دو جمله داخل کروشه توضیح دهید که در صحنه‌ی جدید چه اتفاقاتی قرار است بیفتد. مجبور نیستید صحنه‌ی جدید را همین حالا بنویسید. اما اگر می‌خواهید این کار را بکنید، ایرادی ندارد.

۴. اگر صحنه‌هایی را در فهرست جابه‌جا کرده‌اید، آن‌ها را از پیش‌نویس جدا کنید، و در جای جدیدشان بگذارید.

۵. در آغاز صحنه‌هایی که برای انجام اصلاحات مهم علامت‌گذاری شده‌اند، کروشه‌ای اضافه کنید و در آن توضیح دهید که چه تغییراتی قرار است ایجاد شود. مجبور نیستید این تغییرات را همین حالا اعمال کنید.

۶. اگر هنوز صحنه‌های جدید را ننوشته‌اید، حالا وقت‌اش است که آن‌ها را بنویسید.

پیش‌نویس دوم شما اکنون کامل است.

۷. کپی جدیدی از این فایل تهیه کنید و آن را سومین پیش‌نویس رمان خود تلقی کنید.

عنوان این نسخه را مثلاً “رمان من ۳.doc” بگذارید. مبارک است! حالا آماده‌اید تک‌تک صحنه‌ها را در این نسخه ویرایش کنید. برای این کار از شیوه‌هایی که در فصل‌های ۱۴ و ۱۵ توضیح خواهیم داد استفاده کنید.

ویرایش صحنه‌ها با توجه به ساختار

در این فصل

◀ مشخص کردن صحنه‌هایی که به تعمیر نیاز دارند

◀ تعمیر صحنه‌های کنشی و واکنشی

◀ حذف صحنه‌های غیرقابل تعمیر

پس از آنکه از تناسب شخصیت‌ها مطمئن شدید (به فصل ۱۲ مراجعه کنید) و خط داستانی، ساختار سه‌پرده‌ای و فهرست صحنه‌ها را به بهترین نحو ممکن نوشتید و اصلاح کردید (به فصل ۱۳ مراجعه کنید)، آمادگی ویرایش یکایک صحنه‌های رمان خود را خواهید داشت. کوچک‌ترین واحد داستان، صحنه است و به همین دلیل اصلاح ساختار آن امری حیاتی است. رمان شما ممکن است بین ۵۰ تا ۱۰۰ (یا بیشتر) صحنه داشته باشد و تمام صحنه‌ها در داستان اهمیت دارند. همه‌ی صحنه‌ها باید در پیش‌بردن ماجرای داستان نقش داشته باشند.

در این فصل سؤالات تشخیصی خاصی را مطرح می‌کنیم که به دو نوع صحنه‌ی بنیادی موجود اشاره دارند: صحنه‌های کنشی و صحنه‌های واکنشی. هر سؤال مشکل خاصی را آشکار می‌کند و ما برای هر نوع مشکل، طرحی به شما پیشنهاد می‌کنیم که به‌وسیله‌ی آن مشکل را برطرف کنید.

مثال‌ها مهم‌اند. بنابراین در این فصل مثال‌هایی از صحنه‌های معیوب در اختیارتان می‌گذاریم و نحوه‌ی اصلاح عیوب آن‌ها را هم به شما آموزش می‌دهیم. برای ما مهم نیست که با نشان دادن صحنه‌های معیوب آثار نویسندگان موفق (و اصلاح آن‌ها) آبروی آن‌ها را ببریم. اما به‌جای این کار صحنه‌های خوب و بی‌نقصی را از رمان‌های موفق انتخاب کرده‌ایم و بعد حالت اولیه‌ی آن‌ها را با مشکلاتی که در چنین صحنه‌هایی سراغ داریم، برای خود مجسم کرده‌ایم. با اشاره به این صحنه‌ها به شما خواهیم گفت که چگونه می‌توان چنین مشکلاتی را برطرف کرد. سپس نشان‌تان می‌دهیم که نویسنده در رمان واقعی، آن صحنه را نهایتاً چگونه نوشته است.

اگر حس کنید صحنه‌ای قابل اصلاح نیست، باید آن را از رنجی که می‌کشد خلاص کنید! نسبت به صحنه‌هایی که نمی‌توانید نجات‌شان دهید بی‌رحم و نسبت به صحنه‌های قابل اصلاح دل‌رحم باشید.

توجه کنید که این فصل فقط به مشکلات ساختاری می‌پردازد؛ نحوه‌ی رفع مشکلات موجود در کنش، گفت‌وگو و سایر ابزارهای آفرینش صحنه‌ها را در فصول بعد توضیح می‌دهیم. توصیه می‌کنیم قبل از هر کاری، تمام مشکلات ساختاری صحنه‌ها را حل کنید.

تریاز: تصمیم‌گیری برای اصلاح، حذف یا دست‌نزدن به صحنه‌ها

اصلاح ساختار صحنه با فرایندی آغاز می‌شود که ما به آن تریاز می‌گوییم. برای تریاز، شما باید هر صحنه را بخوانید، ساختار آن را تحلیل کنید و بعد یکی از سه تصمیم زیر را بگیرید:

✓ ساختار درست است. به آن دست‌نزنید.

✓ ساختار درست نیست، اما قابل اصلاح است. آن را اصلاح کنید.

✓ ساختار درست نیست و امکان درست شدن آن صفر است. حذفش کنید.

در فصل ۹ درباره‌ی دو نوع ساختار صحنه‌ی موجود صحبت کردیم: صحنه‌ی کنشی (که الگوی هدف، کشمکش و پس‌رفت را دنبال می‌کند) و واکنشی (که الگوی واکنش، دو راهی و تصمیم را دنبال می‌کند). در این قسمت کمک‌تان می‌کنیم ببینید که ساختار صحنه‌ها درست است یا خیر.

شناسایی صحنه‌های معیوب

در این قسمت چند سؤال تشخیصی طرح کرده‌ایم که باید برای هر صحنه به آن‌ها پاسخ دهید. پیش از اینکه به این سؤالات فکر کنید، صحنه را با دقت بخوانید، سرسری به آن نگاه نکنید! صحنه را با سرعت عادی و بدون ویرایش یا یادداشت‌برداری مطالعه کنید. سپس به این سؤالات پاسخ دهید:



✓ آیا شخصیت مُشرف در این صحنه به هدف داستانی خود نزدیک‌تر شده یا از آن رانده شده است؟

✓ اوضاع و احوال شخصیت مُشرف در پایان صحنه بهتر است یا وخیم‌تر؟

✓ اگر برای اولین بار این داستان را می‌خواندید، آیا دلتان می‌خواست ورق بزنید و ببینید بعد از این صحنه چه اتفاقی قرار است بیفتد؟

ساختار یک صحنه زمانی درست است که آن صحنه داستان را پیش برده باشد. اگر پاسخ شما به هریک از سؤالات بالا مثبت باشد، احتمالاً ساختار صحنه‌ی شما احتمالاً درست است. اگر به هر سه سؤال پاسخ مثبت داده باشید، می‌تواند از درست بودن ساختار صحنه‌ی خود کاملاً مطمئن باشید.

اگر ساختار صحنه درست باشد، باید آن را به حال خود بگذارید. البته معنای این گفته این نیست که آن صحنه بیازی به ویرایش ندارد؛ منظورمان این است که «ساختار» آن نیازی به اصلاح ندارد. فصل ۱۵ به شما می‌گوییم که چگونه می‌توان گفت‌وگو، کش و دیگر موارد مشابه را ویرایش کرد.

اگر ساختار صحنه درست نباشد، زندگی‌تان بدجوری به هم می‌ریزد. سؤالی که در اینجا مطرح می‌شود این است که چرا ساختار این صحنه درست نیست؟ حالا توجه شما را به چند ایراد ساختاری متداول جلب می‌کنیم:

✓ صحنه نه کنشی است و نه واکنشی.

✓ صحنه باید کنشی باشد، اما یکی از اجزایش (هدف، کشمکش یا پس‌رفت) حذف شده یا ضعیف است.

✓ صحنه قرار است واکنشی باشد، اما یکی از بخش‌هایش (واکنش، دو راهی یا تصمیم) حذف شده یا ضعیف است.

ارزیابی احتمال بهبود صحنه‌ها

اگر صحنه مشکل ساختاری داشته باشد، آن وقت باز هم باید تصمیم بگیرید که آیا می‌خواهید آن را نگهداری و اصلاح کنید یا به کل از خیر آن بگذرید.

پیش از آنکه تصمیم به حذف یک صحنه بگیرید، خوب فکر کنید و ببینید که چگونه می‌شود آن را اصلاح کرد. شما فقط زمانی می‌توانید صحنه‌ای را به کل حذف کنید که هیچ امیدی به اصلاح آن نباشد. سؤالات زیر را از خود بپرسید، زیرا پاسخ آن‌ها می‌تواند در تصمیم‌گیری برای نحوه‌ی حل مشکل‌تان به شما یاری رساند:



✓ چه چیزی در این صحنه تغییر کرده است؟ اگر چیزی تغییر نکرده است و اگر امکان تغییر چیزی وجود ندارد، این صحنه دردسری بسیار بسیار بزرگ است. چرا باید صحنه‌ای داشته باشید که چیزی در آن تغییر نمی‌کند؟ حدس می‌زنیم که آن را برای بازگو کردن تکه‌ای از پیشینه‌ی داستانی نوشته‌اید. اگر چنین است، آیا واقعاً به این بخش از پیشینه‌ی داستانی نیاز دارید؟ آیا وجود این پیشینه برای پیش بردن داستان لازم است؟ یا فقط اطلاعاتی است که ندانستن

آن توفیری به حال خواننده ندارد؟

✓ آیا این صحنه اطلاعات جدیدی به شخصیت‌ها ارائه می‌کند یا اینکه صرفاً برای خواننده تازگی دارد؟ اگر صحنه چیز جدیدی برای شخصیت‌ها ندارد، باید دنبال راهی بگردید تا آن را - حداقل برای یکی از شخصیت‌ها - تازه و جذاب جلوه دهید:

- آیا می‌توانید راهی پیدا کنید که اطلاعات جدید را به خبری بد برای یکی از شخصیت‌ها تبدیل کنید؟ اگر بله، این یک پس‌رفت (شکست) است و پس‌رفت راه بسیار خوبی برای به پایان رساندن یک صحنه‌ی کنشی است.

- آیا می‌توانید این اطلاعات جدید را به‌حوی به‌کار ببرید که شخصیت را در خیز برداشتن به‌سوی هدف داستانی‌اش یاری کنید؟ اگر بله، این یک تصمیم است و تصمیم راه فوق‌العاده‌ای برای به پایان رساندن یک صحنه‌ی واکنشی است.

✓ آیا صحنه با یک پس‌رفت یا تصمیم تمام می‌شود؟ اگر چنین نیست، صحنه در هیچ‌یک از دو الگوی رایج و استاندارد - کنشی و واکنشی - نمی‌گنجد. احتمالاً به همین خاطر است که حس کرده‌اید صحنه ایراد دارد. آیا می‌توانید راهی پیدا کنید که پس‌رفت یا تصمیمی به پایان صحنه اضافه کنید؟ آیا افزودن یکی از این دو عنصر می‌تواند بار احساسی صحنه را افزایش دهد؟

اگر صحنه قابل اصلاح به‌نظر می‌رسد، قسمت‌های بعدی را تحت عنوان "اصلاح صحنه‌های کنشی" و "اصلاح صحنه‌های واکنشی"، مطالعه کنید تا راه‌های بهبود بخشیدن به صحنه را بیاموزید. اگر نمی‌توانید در یک صحنه‌ی معیوب راهی برای ایجاد تغییر (ترجیحاً افزودن یک پس‌رفت یا تصمیم) پیدا کنید، شاید بهتر باشد آن صحنه را به‌کل حذف کنید. در یکی از قسمت‌های آتی ("حذف صحنه‌های لاعلاج") درباره‌ی صحنه‌های غیرقابل اصلاح صحبت خواهیم کرد.

اصلاح صحنه‌های کنشی

صحنه‌ی کنشی باید شامل هدف، کشمکش و پس‌رفت باشد. به سؤالات زیر پاسخ دهید تا راه‌هایی برای بهبود صحنه‌های کنشی پیدا کنید:



✓ آیا در آغاز این صحنه آشکارا هدفی را تعریف کرده‌اید؟ آیا این هدف، ساده، ملموس، ارزشمند، قابل دستیابی و دشوار است؟ (در فصل ۹ درباره‌ی این معیارها توضیح داده شده است) اگر این صحنه هر یک از عناصر نامبرده را ندارد، یا در ارائه‌ی آن‌ها دچار ضعف است، می‌توان آن را اصلاح کرد؟

✓ آیا بخش اصلی صحنه در راستای دستیابی به هدف آن قرار دارد؟ آیا شخصیت مُشرف با مقاومت مواجه می‌شود؟ همه‌ی صحنه‌های کنشی به کشمکش نیاز دارند (کشمکش یعنی تلاش مکرر برای رسیدن به هدف، به‌طوری که تک‌تک تلاش‌ها با مقاومت مواجه شوند). آیا مقاومتی که در صحنه وجود دارد کم است و در نتیجه سبب کسالت‌آور شدن آن می‌شود؟ آیا شخصیت شما به‌راحتی به آنچه می‌خواهد می‌رسد؟ آیا می‌توانید راهی برای تشدید مقاومت پیدا کنید؟ آیا می‌توانید زندگی شخصیت مُشرف را برایش سخت کنید؟

آیا طول این صحنه، با توجه به اهمیت آن، مناسب است؟ آیا لازم است آن را کوتاه‌تر یا بلندتر کنید؟

✓ آیا صحنه با یک پس‌رفت یا شکست مهم تمام می‌شود؟ آیا شکست به منزله‌ی واژگونی کامل هدف است؟ آیا این شکست باعث می‌شود شخصیت مُشرف احساس کند که زندگی‌اش بسیار تلخ‌تر از زمانی است که در وهله‌ی اول تصمیم گرفت چنین هدفی را دنبال کند؟ آیا می‌توانید هدف این صحنه را طوری تغییر دهید که با شکست انتهای آن تناسب بیشتری داشته باشد؟

در این قسمت مثالی از صحنه‌ای معیوب را ذکر می‌کنیم و نشان می‌دهیم که چطور می‌توانید با پرسیدن سؤال‌های تشخیصی یک صحنه‌ی کنشی را اصلاح کنید.

یک صحنه‌ی کنشی فرضی: روز شغال

این مثال یک صحنه‌ی کنشی فرضی است که در اوایل رمان مهیج روز شغال، نوشته‌ی فردریک فورسیث اتفاق می‌افتد (البته ما می‌دانیم که فورسیث صحنه‌های اصلی را براساس یک رویداد تاریخی واقعی نوشته است، بنابراین تلاش نمی‌کنیم نشان دهیم که او چطور ایده‌ی نوشتن چنین صحنه‌ای را پیدا کرد؛ هدف ما در اینجا این است که نشان دهیم می‌توانید صحنه‌ای بی‌بنیان را با پرسیدن سؤال‌های مناسب، به صحنه‌ای ساختارمند تبدیل کنید).

در اینجا صحنه‌ی فرضی را به‌طور خلاصه شرح می‌دهیم: دوازده مرد فرانسوی، در ۲۲ اگوست سال ۱۹۶۲، در کنار خیابان شلوغی در پاریس ایستاده‌اند. کمی از ساعت ۸ شب گذشته و خورشید غروب کرده است، دیدها تاریک است، اما غرش اتومبیل‌های سیتروئن و چندین موتور پلیس توجه شخصیت‌ها را به خود جلب می‌کند. آن‌ها به‌سمت صدا برمی‌گردند و می‌بینند که کاروان موتوری شارل دوگل به‌سرعت از کنارشان عبور می‌کند.

آن‌ها با دیدن دوگل عصبانی می‌شوند. تمام این مردان کهنه‌سربازان جنگ الجزایرند و احساس می‌کنند که دوگل، با شکستن قول‌هایی که در دوره‌ی انتخابات داده بود،

به آن‌ها حیانت کرده است (دوگل پیش از انتخاب شدن به‌عنوان رئیس جمهور گفته بود که الجزایر را به‌عنوان مستعمره نگاه می‌دارد). آن‌ها چند دقیقه‌ای را با دادن شعارهایی علیه دوگل سپری می‌کنند و سپس به کافه‌ای در آن نزدیکی می‌روند تا با غم‌هایشان کنار بیایند.

در جستجوی تغییر

ساختار صحنه‌ی فرضی قسمت قبلی چه ایرادی دارد؟ بهتر است بپرسید چند تا ایراد دارد! هیچ چیزی در این صحنه تغییر نمی‌کند. شخصیت‌ها در پایان صحنه نه حال و روز بهتری دارند نه بدتر. دوازده مرد فرانسوی بیزار از دوگل – که در ابتدای صحنه نشان داده شدند – در پایان صحنه هم از او متنفرند.

دلیل اینکه هیچ چیز تغییر نمی‌کند این است که شخصیت‌ها بدون هدف خاصی به صحنه آمده‌اند. بی‌هدفی شخصیت‌ها باعث می‌شود کاری هم برای عصبانیت خود نکنند و به ناسزا گفتن بسنده کنند، البته این ممکن است همان کاری باشد که شما در مواجهه با یک شخصیت سیاسی منفور انجام می‌دهید. اما چنین کاری داستان را بی‌معنی جلوه می‌دهد. هیچ اتفاقی نیفتاده و صحنه به همین دلیل درست نیست.

ممکن است گله کنید که امکان ندارد هیچ نویسنده‌ای چنین صحنه‌ای خلق کند. نویسندگان با نوشتن هر صحنه هدف خاصی را دنبال می‌کنند، مگر نه؟ باید بگوییم که: خیر! همیشه هم این‌طور نیست. برای بسیاری از نویسندگان لذت نویسندگی در این است که هنگام نوشتن بفهمند داستان به کجا می‌رسد. بنابراین اگر آن‌ها نوازند در دست‌نوشته‌ی اول صحنه‌های خوبی بنویسند، باید در مرحله‌ی ویرایش، ایرادات نوشتار خود را رفع کنند.

چطور می‌توانیم صحنه‌ی فرضی‌مان را اصلاح کنیم؟ ما به سؤالات تشخیصی پاسخ می‌دهیم و بررسی می‌کنیم که آیا می‌توان این صحنه را اصلاح کرد یا خیر.

انتخاب هدفی وزین

برای یک صحنه‌ی کنشی، ابتدا باید هدف شخصیت را در نظر بگیریم. آیا هدف در آغاز صحنه به‌خوبی تعریف شده؟ آیا این هدف ساده، ملموس، ارزشمند، قابل دستیابی و دشوار است؟ اگر این‌طور نیست، آیا می‌توانید این ویژگی‌ها را در آن ایجاد کنید؟

شخصیت‌های ما در آغاز صحنه‌ی فرضی بالا هیچ هدف خاصی ندارند. ما به‌راحتی می‌توانیم برای آن‌ها هدف تعریف کنیم. این آقایان چه هدفی می‌توانند داشته باشند؟ اینکه مشتهای خود را جلوی یک کاروان موتوری تکان بدهند؟ اینکه خطاب به مردی

که حتی صدایشان را هم نمی‌شنود دشنام بگویند؟ نه و باز هم نه! این‌ها اهداف پیش پا افتاده‌ای هستند که ارزش گرفتن وقت ما را ندارند. ما باید هدف بزرگی برای آن‌ها تعریف کنیم؛ در واقع بزرگ‌ترین هدفی که در ذهن می‌گنجد باید تا جایی که می‌توانیم بالا ببریم!

هدفی که به شخصیت‌ها می‌دهیم ترور شارل دوگسل است. این هدف سیر افراطی است. اما شخصیت‌های ما هم مردانی‌اند با احساسات طوفانی. اهداف افراطی به خق رمان‌های مهیج خوب کمک می‌کند. حالا ببینیم این هدف می‌تواند نیازهای ما را برآورده کند یا خیر:

✓ **ساده است؟** بله. ساده یعنی اینکه هدف تعریفی ساده داشته باشد. خواننده برای دانستن این مطلب که عبور گلوله از مغز سبب مرگ می‌شود، نیازی به شواهد پیچیده ندارد.

✓ **ملموس است؟** به. در پایان داستان، دوگسل یا مُرده یا هبور رنده است. هر شاهدهی هم می‌تواند فرق بین این دو حالت را تشخیص دهد.

✓ **ارزشمند است؟** بله. در نظر شخصیت‌ها ارزشمند است. این یکی از نکات کلیدی است. خواننده نیازی ندارد باور کند که هدف ارزشمند است. خواننده تنها باید باور کند که شخصیت‌ها فکر می‌کنند که این هدف خاص ارزش تلاش آن‌ها را دارد.

✓ **دست‌یافتنی است؟** بله. شارل دوگسل عمر جاودان ندارد. اگر به تعداد کافی به او شلیک کنید خواهد مُرد. توجه: ممکن است استدلال کنید که این هدف دست‌نیافتنی است، زیرا خواننده می‌داند که دوگسل در سال ۱۹۶۲ ترور نشد. بله درست است، اما خواننده همیشه مایل است به ناباوری پناه برد و تریخ متفاوتی از وقایع را تصور کند.

✓ **دشوار است؟** بله. نیروهای امنیتی فرانسوی، آموزش دیده، سرسخت و منضبطند. نزدیک شدن به دوگسل به آسانی ورود به باغ توپلری نیست!

در نتیجه‌ی انتخاب یک هدف تعریف شده، صحنه بید کمی طولانی‌تر شود. در این صورت، آغاز صحنه صرفاً نشان دهنده‌ی مردانی که گوشه‌ی خیابان ایستاده‌اند و هیچ کاری هم نمی‌کنند نخواهد بود؛ آغاز صحنه نشان می‌دهد که آن‌ها طبق نقشه در جایگاه‌هایی که ماه‌ها برای قرارگیری در آن‌ها تمرین کرده‌اند، می‌ایستند.

نشان دادن کشمکش

تصور کنید که صحنه‌ی فرضی بالا را با گنجاندن هدف بهتری بازنویسی کرده‌ایم:



تروریست‌های مورد نظر ما منتظر عبور کاروان موتوری دوگُل می‌مانند. آن‌ها همه چیز را با نکته‌بینی برنامه‌ریزی کرده‌اند. یک دیده‌بان هم در ایستگاهی گماشته‌اند تا با نزدیک شدن سیتروئن دوگُل به آن‌ها علامت بدهد. تیمی از تک‌تیراندازان روی بامی مستقر شده‌اند تا با گلوله‌باران کردن ماشین دوگُل آن را متوقف کنند. چند تن دیگر هم آماده‌اند تا سوار بر اتومبیل، خود را به محل برسانند و تیر خلاص را شلیک کند. چند اتومبیل و یک راه فرار هم از قبل در نظر گرفته شده است. نقشه بدون عیب و نقص اجرا می‌شود. آن‌ها دوگُل را می‌کشند و سپس به نزدیک‌ترین کافه می‌روند و تا دیر وقت آنجا می‌مانند.

اشکال این صحنه چیست؟ از لحاظ ساختاری، مشکل این است که صحنه کشمکش ندارد. نگاهی به سؤالات تشخیصی مان بیندازید: آیا شخصیت مُشرف با مقاومت مواجه می‌شود؟ آیا شخصیت شما به راحتی به آنچه می‌خواهد می‌رسد؟ آیا می‌توانید زندگی شخصیت مُشرف را برایش سخت کنید؟

این صحنه برای تروریست‌ها بیش از حد آسان بوده است. راه حل مشکل ساده است: باید کاری کنیم که نقشه‌ی آن‌ها دچار نقص شود. تروریست‌ها موشکافانه برنامه‌ریزی کرده‌اند. اما با این حال باید در کار آن‌ها ایرادی پیدا شود و بعد در دسرهای دیگری نیز در پی آن پیش بیاید. کشمکش باید آن قدر ادامه پیدا کند تا صحنه به پایان برسد. شخصیت‌های ما قرار نیست با یک مانع مواجه شوند. آن‌ها باید با چندین مانع دست و پنجه نرم کنند.

بیا بید کشمکشی را به این صحنه بیفزاییم. او اینکه تروریست‌ها فراموش کرده‌اند که تا رسیدن دوگُل به محدوده‌ی ترور، هوا تاریک می‌شود. به همین دلیل دیده‌بان تا لحظه‌ی عبور کاروان موتوری از کنار خود متوجه آن‌ها نمی‌شود و قادر نیست به موقع علامت بدهد.

این یک مانع در مسیر شخصیت‌هاست، اما وجود آن کافی نیست. شخصیت‌ها وقتی به مامی برخورد می‌کنند فوری در نمی‌روند حتی با وجود اینکه به آن‌ها علامت داده نشده و برای این حالت آمادگی نداشته‌اند، به محض دیدن ماشین دوگُل شروع به تیراندازی می‌کنند و حین عبور سریع این کاروان تا جایی که می‌توانند به آن شلیک می‌کنند. آن‌ها تیراندازانی خبره‌اند و تعدادی از گلوله‌هایشان به ماشین برخورد می‌کند و با اصابت به لاستیک‌ها آن‌ها را سوراخ می‌کند.

آنچه در بند قبل گفتیم نوعی کشمکش است؛ اما باز هم کافی نیست. نیروهای حفاظتی فراسوی همین طور دست به سینه نمی‌شینند تا گلوله‌باران شوند. راننده‌ی دوگُل طبق آموزش‌هایی که دیده، حرکات لازم را برای فرار انجام می‌دهد. در همین حین، محافظان دوگُل هم به تروریست‌ها شلیک می‌کنند. این کنش‌ها با تلاش مضاعف دو

طرف ادامه پیدا می‌کند. تیم دوم تروریست‌های سوار بر اتومبیل سر می‌رسد و تیراندازی را آغاز می‌کند. راننده باز هم از این مخمصه می‌گریزد. محافظان دوگُل همچنان به تیراندازی ادامه می‌دهند. ما تمام این کشمکش را لحظه به لحظه، با جزئیات کامل نشان می‌دهیم.

در تعقیب شکست

تصور کنید که صحنه‌ی فرضی‌مان را با افزودن جزئیات دو قسمت قبل بازنویسی کرده‌ایم: تروریست‌ها نقشه‌ی دقیقی برای قتل دوگُل کشیده‌اند. اما نتوانسته‌اند زمان‌بندی غروب خورشید را درست محاسبه کنند و دلیل غافلگیری‌شن هم همین بوده است. در هر صورت تیراندازی آغاز می‌شود و لاسیک‌های ماشین رئیس‌جمهور سوراخ می‌شود. نیروهای امنیتی هم با شلیک گلوله به آن‌ها واکنش نشان می‌دهند. نبرد مسلحانه‌ی سختی بین دو گروه در می‌گیرد. ماشین دوگُل متوقف می‌شود. سردسته‌ی تروریست‌ها آخرین گلوله‌ی خود را شلیک می‌کند و دوگُل را می‌کشد.

حالا ایراد صحنه چیست؟ مشکل ساختاری این است که شخصیت‌ها به خواسته‌ی خود می‌رسند. هیچ چیز نمی‌تواند از این موضوع خوشحال‌ترشان کند. بنابراین، رمان در صفحه‌ی ۱۰ تمام می‌شود! به‌ظرتان اندکی زود نبود؟

دوباره به سؤالات تشخیصی‌مان نگاه کنید: آیا صحنه با یک پس‌رفت یا شکست مهم تمام می‌شود؟ آیا شکست به منزله‌ی واژگونی کامل هدف است؟ آیا این شکست باعث می‌شود شخصیت مُشرف احساس کند که زندگی‌اش بسیار تلخ‌تر از زمانی است که در وهله‌ی اول تصمیم گرفت چنین هدفی را دنبال کند؟

در آغاز داستان شخصیت‌ها نه به پیروزی، که به یک شکست نیاز دارند: آن هم یک شکست بزرگ. آن‌ها باید دلیلی داشته باشند که به خاطر آن برگردند و دوباره در فصل بعدی و بعدی و بعدی مبارزه کنند و آن‌قدر به این مبارزه ادامه دهند تا کتاب تمام شود. پیروزی‌های زود هنگام داستان‌های خسته‌کننده‌ای می‌سازند، اما شکست‌های زود هنگام سبب هیجان‌انگیز شدن مآخراها می‌شوند.



راحتل این مشکل این است که کاری کنیم که دوگُل از این حمله جان سالم به در برد و تروریست‌ها در نهایت گنجی و عصبانیت، ز دست خودشان فرار کنند و عزم خود را جزم کنند تا برگردند و عملکرد بهتری داشته باشند. این یعنی واژگونی کامل هدف. اوضاع تروریست‌ها از آنچه در آغاز صحنه دیدیم وخیم‌تر است. زیرا اکنون نیروهای امنیتی فرانسوی در نه‌دیت عصبانیت دنبال آن‌ها می‌گردند. تروریست‌ها بعد از این به مجرمان فراری تبدیل شده‌اند.

آزمودن نتیجه‌ی نهایی

صحنه‌ای که از آن استفاده کردیم در رمان اصلی به این شکل است: تروریست‌ها یک دیده‌بان در فاصله‌ی ۹۰ متری خیابان مورد نظر گم‌شسته‌اند تا با تکان دادن روزنامه‌ای در هوا، نزدیک شدن سیتروئن دوگُل را خبر دهد. این علامت به تیراندازان چندین ثانیه وقت می‌دهد تا ماشین را هدف بگیرند.

ایراد نقشه‌ی آن‌ها ناشی از آن است که رمان غروب خورشید را در تقویم سال ۱۹۶۱ پیدا کردند. ام سال جاری ۱۹۶۲ است. در سال ۱۹۶۱، غروب خورشید در تاریخ ۲۲ آگوست، در ساعت ۸:۳۵ دقیقه اتفاق افتاد، اما در سال ۱۹۶۲ خورشید ۲۵ دقیقه زودتر، یعنی در ساعت ۸:۱۰ دقیقه غروب کرد (فورس‌یث دقیقاً توضیح نمی‌دهد که دلیل نجومی این اتفاق غیرممکن چیست، اما ظاهراً خواننده‌های معدودی از این موضوع خرده گرفته‌اند).

در ادامه‌ی صحنه، ماشین دوگُل در ساعت ۸:۱۸ دقیقه‌ی شب نزدیک می‌شود. دیده‌بان درست در لحظه‌ی رد شدن ماشین از کنارش علامت می‌دهد. اما تیراندازی که در ۱۰۰ یاردی او قرار دارند هم نمی‌توانند او را ببینند. آن‌ها کاروان را در لحظه‌ی عبور آن در خیابان مقابل خود می‌بینند و شتابان شروع به شلیک به سیتروئن می‌کنند که حالا در دنده عقب می‌رود. لاستیک‌های ماشین سوراخ و شیشه‌های آن خرد می‌شوند. گلوله‌ها از فاصله‌ی چند میلی‌متری رییس‌جمهور عبور می‌کنند. تروریست‌ها نه می‌توانند ماشین را متوقف کنند، نه خراشی بر ژنرال بیدازند. دومین گروه تروریست‌ها که سوار اتومبیل هستند وارد عمل می‌شوند و در رویارویی با نیروهای امنیتی شکست می‌خورند. کاروان موتوری به سلامت به فرودگاه می‌رسد و دوگُل با ریش‌خند می‌گوید: «این‌ها بلد نیستند درست شلیک کنند!»

مأموریت شکست خورده است و حالا تروریست‌ها جانباختن فراری‌اند. نیروهای حفاظتی در آماده‌باش به سر می‌برند و تدابیر امنیتی دو چندان شده است. این پس‌رفت مقدمه‌ی تمام ماجراهایی می‌شود که از این لحظه به بعد در رمان اتفاق می‌افتند.

فردریک فورس‌یث صحنه را به شکلی که ما شرح دادیم ننوشت، زیرا او این صحنه را بر اساس یک حمله‌ی تروریستی واقعی نوشته است. اما اگر الگویی واقعی هم برای خلق این صحنه در اختیار نداشت، باز هم می‌توانست چنین تصویر حوبی را از صحنه‌ی مزخرفی که ما کارمان را با آن شروع کردیم بسازد. این کار فقط با پاسخ دادن به سؤالات تشخیصی مناسب امکان‌پذیر می‌بود.

اصلاح صحنه‌های واکنشی



یک صحنه‌ی واکنشی شامل واکنش، دوراهی و تصمیم است. سوالات تشخیصی زیر را پاسخ دهید تا بتوانید با تیمار صحنه‌های واکنشی، آن‌ها را کاملاً اصلاح کنید:

✓ آیا این صحنه با واکنشی متناسب با شکست صحنه‌ی پیشین آغاز می‌شود؟
آیا صحنه احساسی و دگرگون کننده است؟ آیا واکنش با توجه به حال روحی شخصیت مُشرف و خفیات او منطقی است؟ آیا واکنش بیش از حد طولانی یا بیش از حد کوتاه است؟

✓ آیا حد فاصل واکنش تا دوراهی را طوری طی می‌کنید که هیچ گزینهِ خوبی پیش پای شخصیت مُشرف قرار نگیرد؟ آیا دوراهی به اندازه‌ی کافی برای این صحنه دشوار است (نه خیلی آسان و نه خیلی سخت)؟ آیا راه‌حلی بدیهی برای این مشکل وجود دارد، اما شخصیت به‌قدری آشفته است که نمی‌تواند آن را ببیند؟ آیا توانسته‌اید شخصیت را به اندازه‌ی کافی تحت فشار بگذارید؟ آیا او زمان کافی را صرف تلاش برای حل مشکلش می‌کند؟

✓ آیا شخصیت در پایان صحنه تصمیم خود را می‌گیرد؟ آیا تصمیم او ساده، ملموس، ارزشمند، دست‌یافتنی و دشوار است؟ آیا خواننده به تصمیم شخصیت احترام خواهد گذاشت؟ آیا خواننده قانع شده است که ورق بزند و ببیند شخصیت تصمیم خود را عملی می‌کند یا نه؟

در این قسمت یک صحنه‌ی واکنشی فرضی معیوب را در نظر می‌گیریم و سپس آن را مرحله به مرحله اصلاح می‌کنیم.

یک صحنه‌ی واکنشی فرضی: خارجی

رمان خارجی (که در ژانر عاشقانه و سفر در زمان نوشته شده است)، اثر دایانا گانالدون، الهام‌بخش مثالی بوده است که روی آن کار می‌کنیم. صحنه‌ای که انتخاب کرده‌ایم، در اواخر یک‌چهارم اول کتب نوشته شده و پایان پرده‌ی اول داستان را رقم می‌زند. بنابراین بهتر است ابتدا مقدمه‌ی کونا‌هی از طرح کلی این داستان ارائه دهیم.

اواخر سال ۱۹۴۵ است و جنگ جهانی دوم به پایان رسیده. بانوی قهرمان داستان، کلیر رندال، پرستاری انگلیسی است که پس از چند سال جنگ و دوری از همسرش، فرانک، دوباره با او خو می‌گیرد. هنگامی که کلیر و فرانک به اسکاتلند سفر می‌کنند، کلیر تصادفاً از یک دریچه‌ی زمان عبور می‌کند و خود را در اسکاتلند سال ۱۷۴۳ می‌یابد؛ آن هم در حالی که راهی برای بازگشت ندارد. خانواده‌ی مکنزی او را می‌پذیرد. اما مکنزی‌ها به این مشکوک‌اند که شاید کلیر یک جاسوس انگلیسی باشد. پس از

یک ماه، یک سروان انگلیسی ساکن در آن منطقه، به نام "بلک‌جک" زندال - از اجداد فرانک، همسر کلیر - او را بازجویی می‌کند و حرف‌های کلیر را درباره‌ی دنیایی که به آن تعلق دارد باور نمی‌کند. سروان زندال بازجویی را با مشت محکمی که به شکم کلیر می‌زند به پایان می‌برد و دستور می‌دهد که دوستان اسکاتلندی‌اش او را تادامه‌ی بازجویی در روز دوشنبه‌ی آینده نزد خود نگه‌دارند. کلیر باید با این پس‌رفت - که شکست بزرگی محسوب می‌شود - کنار بیاید. این اولین مورد فاجعه‌های ساختار سه‌فاجعه‌ای کتاب است.

چطور باید ادامه‌ی ماجرا را پس از این فاجعه بنویسیم؟ پیش از آنکه نشان‌تان دهیم گابالدون، ادامه‌ی ماجرا را چطور نوشته است، صحنه‌ی واکنشی بسیار ضعیفی را به‌عنوان دنباله‌ی صحنه‌ی قبل می‌نویسیم: کلیر با دوگال مکنزی - یکی از رؤسای خانواده‌ی مکنزی - گپ می‌زند. خواهرزاده‌ی دوگال، جیمی فریزر، مردی ماجراجو و غول‌پیکر است که کلیر از او خوش‌اش می‌آید. آن‌ها به این نتیجه می‌رسند که از بخت‌برگشتگی کلیر است که او باید روز دوشنبه خودش را به سروان معرفی کند. ام از آنجا که کاری از دست‌شان ساخته نیست، تصمیم می‌گیرند به کافه‌ای بروند و وقت خود را در آنجا سپری کنند.

در جستجوی تغییر (دوباره)

اشکال صحنه‌ی واکنشی قسمت پیش چیست؟ افتضاح است! هیچ چیز در پایان صحنه تغییر نکرده؛ کلیر در ابتدای صحنه در خطر مرگ قرار داشت و در انتهای آن هم به همین خطر مواجه بود.

دلیل اینکه تغییری رخ نمی‌دهد این است که کلیر ظاهراً اهمیتی به موضوع نمی‌دهد. او بعد از مشتی که می‌خورد واکنشی نشان نمی‌دهد و نگران آینده‌اش هم نیست. از آنجا که کلیر خواهان تغییر نیست و پی آن را هم نمی‌گیرد، اتفاق به‌خصوصی نمی‌افتد. شاید افرادی را بشناسید که در شرایط مشابه دچار یأس می‌شوند و برای کنار آمدن با این یأس با دوستان خود به تفریح می‌پردازند. ام شخصیت داستانی باید سرسخت‌تر از این حرف‌ها باشد. در داستان، شخصیت‌ها باید روحیه‌ی جنگنده‌ای داشته باشند. صحنه‌ای که در بالا توصیف شد درست نیست.

شاید بگویید که امکان ندارد کسی چنین صحنه‌ی مزحرفی بنویسد. باید بگوییم که خیلی هم امکان دارد! همیشه ممکن است نویسنده‌ها صحنه‌های ضعیف بنویسند. ام یادتان باشد که خلق یک صحنه‌ی ضعیف اغلب اولین گام در خلق صحنه‌ای بی‌نقص است. برای عیب‌یابی چنین صحنه‌هایی باید سؤالات تشخیصی مناسبی را از خود پرسید و از پاسخ آن‌ها برای رفع عیوب استفاده کنید. در قسمت بعد نشان می‌دهیم که

این کار چگونه انجام می‌شود.

ایجاد تناسب بین واکنش و شکست

کار خود را با پاسخ دادن به سؤالات تشخیصی‌ای که به کنکاش راجع به واکنش در صحنه‌های واکنشی می‌پردازند آغاز می‌کنیم: آیا این صحنه با واکنشی متناسب با شکست صحنه‌ی پیشین آغاز می‌شود؟ آیا صحنه احساسی و دگرگون کننده است؟ آیا واکنش با توجه به حال روحی شخصیت مُشرف و حقیقات او منطقی است؟ آیا واکنش بیش از حد طولانی یا بیش از حد کوتاه است؟

در صحنه‌ی فرضی ما ظاهراً پس از مشتی که رندال به شکم کلیر می‌زند، او درد یا حس خاص دیگری را تجربه نمی‌کند. این وضع منطقی نیست. ما باید به او وقت بدهیم تا درد بکشد؛ تا شوک حاصل از این اتفاق به وجودش رخنه کند و فرو بنشیند؛ تا جانش از شدت خشمی که نسبت به مرد مهاجم حس می‌کند آتش بگیرد و از شدت استیصال خودخوری کند. کلیر باید زمان کافی برای رویارویی با احساساتش را داشته باشد.

البته اگر این فرایند احساسی بیش از حد کش بیاید کلیر موجودی بی‌بنیه و زار به نظر خواهد رسید. اگر هم واکنش او بیش از حد کوتاه باشد، خاصیت انسانی کلیر را از او می‌زداییم. بنابراین، مدت واکنش باید با اهمیت آن متناسب باشد. ما اجازه می‌دهیم که کلیر راه خود را از میان درد پیدا کند و با آن کنار بیاید، تا برای مرحله‌ی بعدی صحنه آماده شود.

رویارویی با دو راهی

تصور کنید که واکنش مناسبی به صحنه‌ی فرضی بالا افزوده‌ایم و آن را به این شکلی درآورده‌ایم: نفس کلیر در اثر دردی که در شکمش احساس می‌کند به سختی بالا می‌آید. او حس می‌کند که حالش دارد به هم می‌خورد و ذهن‌اش از تصور اهریمنی که تا این حد به همسرش شبیه است کرحت می‌شود. کمی بعد کلیر با دوگال مکزی و خواهرزاده‌ی او، جیمی فریزر، گفت‌وگو می‌کند. آن‌ها معتقدند که از بخت بد کلیر است که او باید روز دوشنبه خودش را تحویل بدهد. اما از آنجا که کاری از دست‌شان ساخته نیست، تصمیم می‌گیرند با هم غذا بخورند و درد دل کنند.

این یکی، از اولین صحنه‌ی فرضی‌ای که نوشتیم بهتر از آب در آمده است، اما همچنان بسیار غیرطبیعی می‌نماید. ساختار این صحنه همچنان معیوب است. اکنون کلیر توانسته درد ناشی از ضربه‌ای که در صحنه‌ی قبل خورده را تحمل کند و با احساساتش دست و پنجه نرم کند. اما همچنان نگران آینده‌اش نیست.

بیایید درباره‌ی سری بعدیِ سوالاتِ تشخیصی فکر کنیم: آیا حد فاصل واکنش تا دو راهی را طوری طی می‌کنید که هیچ گزینه‌ی خوبی پیش پای شخصیت مُشرف قرار نگیرد؟ آیا دو راهی به اندازه‌ی کافی برای این صحنه دشوار است (نه خیلی آسان و نه خیلی سخت)؟ آیا راه‌حلی بدیهی بری این مشکل وجود دارد، اما شخصیت به‌قدری آشفته است که نمی‌تواند آن را ببیند؟ آیا توانسته‌اید شخصیت را به اندازه‌ی کافی تحت فشار بگذارید؟ آیا او زمان کافی را صرف تلاش برای حل مشکلش می‌کند؟

ما نیاز داریم که کلیر از طریق بررسی دقیق گزینه‌های پیش رویش با مشکل خود روبه‌رو شود. همه‌ی گزینه‌های پیش روی کلیر بد هستند. اما او باید زمانی را برای صحبت یا تفکر درباره‌ی آن‌ها صرف نکند و به این صورت به خواننده نشان دهد که در مخمصه‌ی بدی افتاده است.

اول از همه باید بگوییم که جک رندال به کلیر بدبین است. اگر کلیر روز دوشنبه‌ی آینده خودش را به او معرفی کند، ممکن است رندال هر بلایی سرش بیاورد؛ شلاقش بزند، او را مورد آزار و اذیت قرار دهد و یا حتی دَازش بزند. با توجه به شهرت بد رندال، این اتفاقات نه‌تنها غیرممکن نیستند، بلکه کاملاً انتظار وقوعشان می‌رود. پس اینکه کلیر با پای خودش نزد او برود ایده‌ی جالبی نیست. راه‌های دیگری که پیش روی او قرار دارند کدامند؟ آیا می‌تواند فرار کند؟ به‌هیچ‌وجه! سرباران انگلیسی جاده‌ها را تحت نظر دارند. به‌علاوه کلیر حق ندارد مردان اسکاتلندی‌ای را که با آن‌ها همسفر است ترک کند، چرا که آن‌ها همچنان فکر می‌کنند او یک حاسوس انگلیسی است. همه به کلیر مشکوک‌اند. تنها کسی که کلیر واقعاً با او احساس راحتی می‌کند جیمی است.

بالاخره دایی جیمی، دوگال، فکر بکری می‌کند و راه‌حلی برای تمام مشکلات پیدا می‌کند. اگر کلیر با جیمی ازدواج کند، قانون انگلیس دیگر درباره‌ی او صدق نخواهد کرد. در این صورت، کلیر اسکاتلندی محسوب می‌شود و تحت سلطه‌ی حاکم محلی قرار خواهد گرفت.

این ازدواج همچنین سبب می‌شود که جیمی هرگز نتواند دایی‌اش را کنار بزند و حاکم شود. زیرا خانواده‌ی مکنزی به‌هیچ‌وجه حاکمی را که همسری انگلیسی‌الاصل دارد نخواهد پذیرفت. این نقشه مشکلات همه را حل می‌کند، اما برای کلیر ایده‌ی بسیار بدی است. کلیر از جیمی خوش‌اش می‌آید، اما او زنی متأهل است و از آن دسته آدم‌هایی است که به پیمان ازدواج خود ارج می‌نهد. همسر کلیر هنوز در سال ۱۹۴۵ حاضر است و او امیدوار است بتواند هرچه زودتر از طریق دریچه‌ی زمانی نزد او برگردد. امکان ندارد که کلیر با جیمی ازدواج کند.

تصمیم‌گیری

با توجه به اصلاحاتی که در قسمت‌های قبلی انجام شد، صحنه‌ی فرضی دارد منطق بهتری پیدا می‌کند. تا این لحظه واکنش تقویت شده و دو راهی سخت و پیچیده‌ای شکل گرفته است. اکنون می‌توان صحنه را به این صورت خلاصه کرد: کلیر در اثر درد شکمش، چند دقیقه برای تنفس تقلا می‌کند. حس می‌کند حالش دارد به هم می‌خورد و ذهن‌اش از تصور اهریمنی که تا این حد به همسرش شبیه است کرخت می‌شود. حالا او باید تصمیم بگیرد که دوشبیه‌ی آینده چکار خواهد کرد. او می‌تواند خودش را به سروان رندال معرفی کند، رندال ممکن است کلیر را بکشد. می‌تواند فرار کند - زیرا انگلیسی‌ها جاده‌ها را تحت نظر دارند - و در عین حال نمی‌خواهد پیشنهاد دوگال را بپذیرد و به عقد جیمی درآید. کلیر زنی متأهل است و شوهرش را عاشقانه دوست دارد. او که نمی‌تواند تصمیم درستی بگیرد، آخر هفته را در نهایت پریشانی و سرگردانی سپری می‌کند.

حالا اشکال این صحنه چیست؟ مشکل ساختاری‌اش این است که کلیر نمی‌تواند بر سرگردانی خود غلبه کند و به همین دلیل دو راهی صحنه پایانی ندارد.

به سوالات تشخیصی روبه‌رو دقت کنید: آیا شخصیت در پایان صحنه تصمیم خود را می‌گیرد؟ آیا تصمیم او ساده، ملموس، ارزشمند، دست‌یافتنی و دشوار است؟ آیا خواننده به تصمیم شخصیت احترام خواهد گذاشت؟ آیا خواننده قانع شده است که ورق بزند و ببیند شخصیت تصمیم خود را عملی می‌کند یا نه؟

کلیر باید تصمیم بگیرد و این یعنی اینکه او باید میان بد و بدتر، بد را انتخاب کند. گزینه‌ی بد در این میان، تصمیم به ازدواج با جیمی است. این تصمیم با تمام معیارهای بالا جور درمی‌آید. ازدواج کردن هم ساده است و هم ملموس. آیا ارزش‌اش را دارد؟ بله، جیمی مرد جذاب و خوبی است که کلیر هم از او خوش‌اش می‌آید. آیا دست‌یافتنی است؟ بله، چون جیمی هم می‌خواهد با کلیر ازدواج کند و کشیش محلی هم در دسترس است. آیا دشوار است؟ بله، زیرا کلیر قبلاً ازدواج کرده است (آن هم با مردی که هنوز متولد نشده) و به همسرش تعهد دارد.

رسیدن به نتیجه‌ی نهایی

حالا ببینیم صحنه‌ی واکنشی اصلی در رمان خارجی چطور پیش می‌رود: پس از اینکه سروان رندال مشتی به شکم کلیر می‌زند، نویسنده چند بند را به احساس درد کلیر اختصاص می‌دهد. طی این بندها کلیر از شوکی که متحمل شده خارج می‌شود. دایی جیمی، دوگال، در دفتر سروان رندال با او در این باره بحث می‌کند و خشم خود را برآز می‌کند. اما کلیر جزئیات حرف‌های آن‌ها را نمی‌شنود.

وقتی داد و فریاد دوگال بر سر رندال به پایان می‌رسد، او کلیر را از قلعه‌ی نظامی بیرون می‌برد و تا چشمه‌ی سولفوری‌ای که چشمه‌ی دروغ لقب گرفته همراهی می‌کند. طبق افسانه‌های بومی، اگر کسی که از آب این چشمه نوشیده دروغی بگوید، جگرش می‌سوزد. پس از اینکه کلیر آب چشمه را می‌نوشد، دوگال از او سؤالاتی می‌پرسد و در ذهن خود اطمینان می‌یابد که او جاسوس انگلیسی نیست. دوگال هنوز هم نمی‌داند کلیر کیست و از کجا آمده، اما خیالش از بابت او راحت شده و می‌داند که می‌تواند به او آجاره دهد به عقد جیمی درآید و عضوی از خاندان مکنزی شود.

سپس دوگال جریان شکنجه‌ی دردناک جیمی توسط سروان رندال را مو به مو برای کلیر بازگو می‌کند. رندال چند سال پیش جیمی را - دو مرتبه طی یک هفته - طوری شلاق زده که نزدیک بوده او را بکشد. دوگال علناً به کلیر می‌گوید که رندال بی‌رحم‌تر از چیزی است که او تصور می‌کند و اینکه جیمی شجاعتی مثال‌زدنی دارد.

چرا دوگال این‌ها را به کلیر گفت؟ او می‌خواهد به کلیر بقولاند که سروان رندال مردی شیطان‌صفت و جیمی انسانی شریف است. دوگال سپس به کلیر می‌گوید که او باید با جیمی ازدواج کند. طبعاً کلیر مقاومت می‌کند و به‌شدت نسبت به این موضوع ابراز نارضایتی می‌کند. در عین حال تصور اینکه خودش را به رندال معرفی کند لرزه بر اندامش می‌افکند. از سویی دیگر، جیمی مردی قوی، شجاع و خوش‌قلب است که با تمام وجودش از کلیر محافظت خواهد کرد.

در این مقطع از داستان، خواننده ملتمس‌بانه می‌خواهد که کلیر با پیشنهاد دوگال موافقت کند. اما او به مقاومت ادامه می‌دهد و در پی راهی برای فرار از این مخمصه است. او هر طوری که می‌تواند استدلال می‌کند؛ اول برای دوگال و بعد برای خودش. سپس از جیمی می‌خواهد که با او حرف بزند. اما جیمی هیچ تردیدی در ازدواج با او ندارد. کم‌کم مقاومت کلیر کاهش می‌یابد و در بهایت به این نتیجه می‌رسد که راه دیگری پیش‌رویش نیست. پس او با جیمی ازدواج خواهد کرد. این تصمیمی است که کلیر را به بقیه‌ی داستان متعهد می‌کند.

حذف صحنه‌های لاعلاج

با پرسیدن سؤالات مناسب و استفاده‌ی بجا از جواب آن‌ها، می‌توانید یک صحنه‌ی سست‌بنیان را به صحنه‌ای بی‌نقص تبدیل کنید؛ درست همان‌طور که در قسمت‌های قبل نشان داده شد. اما بعضی از صحنه‌ها اصلاً اصلاح‌شدنی نیستند و هر چقدر هم تلاش کنید نمی‌توانید عیوب آن‌ها را برطرف کنید.

هر صحنه باید وظیفه‌ی خود را در پیش بردن داستان انجام دهد. صحنه‌ها



خرده‌داستان‌هایی هستند که باید به نوبه‌ی خود تجربه‌های حسی قوی‌ای را به خواننده اعطا کنند. تمام صحنه‌ها چنین وظیفه‌ای دارند و هیچ استثنائی هم وجود ندارد.

اگر صحنه‌ای در داستان تان هست که تا به حال نتوانسته‌اید عیب‌هایش را برطرف کنید، خودتان خوب می‌دانید که باید از خیر آن بگذرید؛ اما احتمالاً دلتان نمی‌آید، احساس می‌کنید این صحنه بچه‌ای است که شما برای خلق تک‌تک اجزایش درد کشیده‌اید، لاید می‌پرسید آیا درست است حالا که با خون دل و عرق جبین این صحنه را خلق کرده‌اید، چون کارش را درست انجام نمی‌دهد، آن را از بین ببرید؟

اگر با این فکرها دست به گریبان هستید، احتمالاً استعاره‌ای نادرست سد رها تان شده است. صحنه‌ها بچه‌های شما نیستند. صحنه‌ها گزارشی ثبت شده از کشمکش‌های داستان شما هستند؛ چند گزارش و دیگر هیچ! آن‌ها جوهر سیاهی‌اند که بر کاغذ سپید نقش بسته؛ بیت‌هایی روی حافظه‌ی یک کامپیوتر؛ ماده‌ای بی‌جان.

البته توصیه‌ی ما این نیست که صحنه‌ها را به کل پاک کنید. این صحنه‌ها تا ابد در حافظه‌ی کامپیوترتان باقی می‌مانند و اگر زمانی بخواهید سری به آن‌ها بزنید، کافی است پیش‌نویس قبلی‌تان را بخوانید. وقتی صحنه‌ای را حذف می‌کنید، صرفاً تصمیم می‌گیرید آن را به پیش‌نویس بعدی خود راه ندهید. چنین صحنه‌ای مانند یک جسم بی‌جان است؛ ایده‌ای شکست‌خورده که دارد جوهره‌ی وجودی داستان شما را می‌خشکاند. پس باید آن را پشت سر بگذارید.

اگر حذف یک صحنه شکاف کوچکی در داستان ایجاد می‌کند، بهتر است یادداشتی برای خودتان بگذارید تا هر تکه‌ای از آن را که لازم دارید بجات دهید. اگر قرار بود این صحنه اطلاعات مهمی را به خواننده انتقال دهد، باید صحنه‌ای دیگر پیدا کنید (که از نظر ساختاری درست باشد) و اطلاعات را به آن صحنه منتقل کنید.



انرژی عاطفی خود را با سوگواری برای صحنه‌های غیرقابل اصلاح تباه نکنید. شما به این انرژی نیاز دارید تا روح احساسی تازه‌ای را در صحنه‌هایی که از نظر ساختاری درست هستند بدمید.

ویرایش صحنه‌ها با توجه به محتوا

در این فصل

◀ تصمیم‌گیری درباره‌ی نشان دادن یا تعریف کردن

◀ ویرایش کلیپ‌ها

◀ پیگیری اشارات خاص در فلش‌بک‌ها

◀ ویرایش تعریف‌ها

در این فصل به مهم‌ترین فعالیت ویرایشی‌ای که در خلق یک تجربه‌ی حسی قوی برای خواننده تأثیری مستقیم دارد می‌پردازیم: ویرایش صحنه‌ها به منظور بهبود کیفیت نمایشی و تعریفی آن‌ها (در فصل ۱۰ به تفصیل درباره‌ی نشان دادن و تعریف کردن صحبت کردیم).

ویراستاران اغلب به نویسنده‌ها می‌گویند “نشان بده، اما تعریف نکن.” این نصیحت به‌طور خاص به درد تازه‌کارها می‌خورد، زیرا آن‌ها معمولاً بیش از حد به تعریف داستان می‌پردازند و زمان کمی را صرف نشان دادن وقایع می‌کنند. از سوی دیگر، مشکل نویسندگانی نیمه‌حرفه‌ای هم این است که داستان را بیش از حد به تصویر می‌کشند و زمان کمی را صرف تعریف کردن وقایع می‌کنند. نویسنده باید بین این دو حالت تعادل کافی ایجاد کند؛ او باید قسمت‌هایی از داستان را که حامل بار احساسی زیادی است به نمایش درآورد و قسمت‌هایی را که در تنگای زمانی، اطلاعات مهمی را انتقال می‌دهد تعریف کند.

راز نشان دادن داستان از این قرار است: هر صحنه را در قالب توالی‌ای از چند کلیپ بنویسید؛ کلیپ کوچک‌ترین واحد کشمکش در داستان است. کلیپ از کنش، گفت‌وگو، حساسات درونی، تک‌گویی‌های درونی و توصیف‌های حسی تشکیل می‌شود (فصل ۱۰ درآمدی بر کلیپ و انواع آن است). اگر ویراستاران به شما بگویند که عنصر نمایش در داستان اندک است، باید به خود یاد بدهید که داستان را در قالب کلیپ بنویسید و کلیپ‌ها را به روشی که در این فصل نشان می‌دهیم، ویرایش کنید.



هیچ روش محرمانه‌ای برای تعریف داستان وجود ندارد. شما راه‌های گوناگونی برای تعریف کردن پیش رو دارید: چکیده‌ی روایی، شرح و توصیف خارجی هر سه گزینه‌های خوبی به‌شمار می‌آیند. هر سه‌ی این‌ها ابزارهای مؤثری‌اند که نویسنده‌ی توانمند در اختیار دارد. اما وضع قوانینی برای استفاده‌ی بهینه از آن‌ها بسیار دشوار است. با این حال تلاش می‌کنیم شما را در زمینه‌ی تعریف داستان و نحوه‌ی ویرایش قسمت‌های تعریفی آن راهنمایی کنیم.

تصمیم‌گیری برای نشان دادن یا تعریف کردن

نشان دادن می‌تواند بار احساسی زیادی را منتقل کند، اما از نظر محتوای اطلاعاتی محدود است. تعریف کردن به‌ندرت بار احساسی به همراه دارد، اما می‌تواند اطلاعات را به‌شکلی کارآمد منتقل کند. شما باید هر یک از این دو را که برایتان مناسب‌تر است به کار ببرید.



صحنه را جمله به جمله ویرایش کنید و حین این کار سؤالات زیر را در ذهن خود مرور کنید:

- ✓ آیا جمله چیزی را نشان می‌دهد یا تعریف می‌کند؟
- ✓ این جمله تا چه حد باید بار احساسی داشته باشد؟ بار احساسی‌ای که در حال حاضر انتقال می‌دهد چقدر است؟
- ✓ آیا این جمله در پیش بردن داستان مؤثر است؟
- ✓ چقدر اطلاعات باید در این جمله انتقال پیدا کند؟ اطلاعاتی که در حال حاضر در آن گنجانده شده چقدر است؟

در این قسمت کمک‌تان می‌کنیم پاسخ سؤالات بالا را پیدا کنید و درباره‌ی بهترین شیوه‌ی ارائه‌ی داستان‌تان تصمیم بگیرید. سپس با یک مثال یادتان می‌دهیم که چگونه می‌توانید رهنمودهای ما را در زمینه‌ی نشان دادن و تعریف کردن داستان به کار بندید.

همیشه قرار نیست تصمیم بگیرید که می‌خواهید رویدادی را نشان دهید یا آن را تعریف کنید. گاهی تعریف کردن به خودی خود منطقی‌تر از نشان دادن است، اما هر یک از این دو شیوه را که انتخاب کنید، باید بتوانید دلیلی برای انتخاب خود ارائه دهید. وقتی تک‌تک جمله‌ها و بندهای یک صحنه را ویرایش می‌کنید، روش‌های انتخابی‌تان را بسنجید و اگر لازم شد آن‌ها را تغییر دهید.



تشخیص مناسب‌ترین زمان برای استفاده از کلیپ، فلش‌بک یا شیوه‌های تعریفی

در این قسمت راهکارهایی عملی ارائه می‌کنیم تا با استفاده از آن‌ها بتوانید میان کلیپ و فلش‌بک گزینه‌ی مناسب‌تر را انتخاب کنید و تصمیم بگیرید که رویددها را با استفاده از چکیده‌ی روایی تعریف کنید یا به کمک دیگر ابزارهای مشابه آن.

زمان استفاده از کلیپ

زمانی که تمام موارد زیر در داستان‌تان صدق می‌کنند (که در اکثر مواقع چنین است)، ز کلیپ استفاده کنید:



✓ اتفاقات در همین لحظه در حال وقوع‌اند.

✓ یک امر مهم احساسی، در همین لحظه، در صحنه رخ می‌دهد. اگر صحنه کنشی باشد، شخصیت اصلی در حال تعیین هدف، درگیر کشمکش یا در حال تجربه‌ی شکست است. اگر صحنه واکنشی باشد، شخصیت اصلی در حال نشان دادن واکنش احساسی است، سر دو راهی قرار گرفته یا در حل تصمیم‌گیری است. (برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی انواع صحنه‌ها فصل‌های ۹ و ۱۴ را بخوانید)

زمان استفاده از فلش‌بک

فلش‌بک را زمانی به کار ببرید که عبارات زیر در داستان صادق باشند:



✓ امر احساسی مهمی در پیشینه‌ی داستانی شخصیت اصلی اتفاق افتاده و خواننده باید همین حالا از آن آگاه شود.

✓ رویدادها را نمی‌توان (در زمان حال) در قالب کلیپ گفت و گو، تک‌گویی درونی و یا ترکیبی از این‌ها نشان داد.

✓ اضافه کردن فلش‌بک تنش موجود در زمان حال داستان را از بین نمی‌برد.

یادتن باشد که فلش‌بک ظرفی برای مجموعه‌ای از کلیپ‌هایی است که در زمان گذشته اتفاق افتاده‌اند. فلش‌بک باید علامت انتقال زمانی را در ابتدا و انتهای خود داشته باشد تا خواننده را در زمان به عقب ببرد و سپس او را دوباره به زمان حال بازگرداند.

زمانی برای تعریف

اگر موارد زیر در داستان شما صدق می‌کنند، بهتر است آن را - با استفاده از چکیده‌ی روایی، شرح یا توصیف خارجی - تعریف کنید:



✓ باید اطلاعاتی را انتقال دهید که داستان را پیش نمی‌برند، اما دانستن‌شان برای خواننده ضرورت دارد. این اطلاعات ممکن است درباره‌ی دنیای داستانی، پیشینه‌ی شخصیت‌ها یا وقایع ساده‌ای باشد که در داستان اهمیت دارند. (اگر اطلاعات ضروری نیست، کلاً آن را حذف کنید؛ قسمت "زمانی برای حذف بخش‌های تعریفی" جزئیات بیشتری را در این باره ارائه خواهد داد.)

✓ باید انتقال از زمانی به زمان دیگر، یا از مکانی به مکان دیگر را نشان دهید.

✓ می‌خواهید زمان را فشرده کنید، قضاوتی ارزشی ارائه دهید یا کنش‌هایی را که جزئیات‌شان برای پیشبرد داستان مهم نیست، به سرعت بیان کنید.

✓ اطلاعاتی که ارائه می‌دهید، بار احساسی اندکی دارد.

✓ نشان دادن اطلاعات با استفاده از کلیپ، زمان زیادی می‌برد یا بیش از حد خسته کننده و ملال‌آور خواهد بود.

بررسی مثالی درباره‌ی تصمیم‌گیری

حالا می‌خواهیم نکته‌هایی را که در زمینه‌ی نشان دادن و تعریف کردن برایتان توضیح دادیم، در یک مثال به کار بندیم. یک بند نوشته‌ای که می‌خواهیم ویرایش کنیم چنین است:

شما در اولین جلسه‌ی معارفه و امضای کتاب خود هستید. کمی اضطراب دارید، زیرا نخستین بار است که می‌خواهید برای جمعی از آدم‌های غریبه صحبت کنید. برای اینکه ذهن خود را از ترس‌هایتان منحرف کنید، به اولین چیزی که باعث شد به فکر نوشتن این کتاب بپفید فکر می‌کنید. بعد از حملات ۱۱ سپتامبر، شب‌ها کابوس می‌دیدید. به مرور زمان به این فکر افتادید که اگر این کابوس‌ها را پیش از وقوع این تراژدی دیده بودید، چه می‌شد. آیا می‌توانستید از آن پیشگیری کنید؟ دوست دارید فکر کنید که می‌توانستید مانع وقوع آن شوید. این همان چیزی است که ایده‌ی رمان شما را در ذهن‌تان شکل داد.

بند بالا کاملاً جنبه‌ی تعریفی دارد و بسیار هم کسل کننده است. بخشی از آن همین حالا اتفاق می‌افتد و بخشی از آن پیشینه‌ی داستانی است. آیا این بند بار احساسی‌ای دارد؟ نه چندان. آیا لازم است بار احساسی داشته باشد؟ بله. زیرا هدف از نوشتن این بند، آغاز صحنه‌ای کنشی و پر از تنش است که در ادامه‌ی این فصل آن را خواهیم نوشت.

اولین کاری که باید بکنیم اضافه کردن کمی احساس است. بدیهی‌ترین گزینه‌ی احساسی موجود، اضطرابی است که شخصیت اصلی حس می‌کند. ما باید این اضطراب را به‌شکلی دراماتیک نشان دهیم. بهترین راه برای انجام این کار استفاده از احساسات درونی و اندکی تک‌گویی درونی است.

هدف دیگرمان نشان دادن اندکی پیشینه‌ی داستانی است، زیرا این عنصر در ادامه‌ی صحنه‌ای که داریم می‌نویسیم ضرورت دارد. آیا می‌توانیم از فلش‌بک استفاده کنیم؟ نه. فلش‌بک برای آغاز صحنه ایده‌ی خوبی نیست. آیا می‌توانیم از گفت‌وگو یا تک‌گویی درونی استفاده کنیم؟ بله. کدام را باید به کار ببریم؟ گفت‌وگو. گفت‌وگو اغلب انتخاب بهتری است، البته تا زمانی که دو شخصیتی که هر دو از موضوعی خبر دارند، آن را برای هم بازگو نکنند و نیز در صورتی که در پیش بردن داستان تأثیرگذار باشد. در این مثال، شخصیت اصلی می‌خواهد برای جمعی از افرادی که علاقه‌ی زیادی به پیشینه‌اش دارند صحبت کند. این دلیل خوبی برای استفاده از پیشینه‌ی داستانی است. به‌علاوه ما می‌توانیم کاری کنیم که پیشینه‌ی داستانی مستقیماً به کشمکش ختم شود.

حالا می‌خواهیم مثال خود را در قالب سه بند جدید بازنویسی کنیم. می‌توانستیم از بین چند سبک نوشتاری یکی را انتخاب کنیم. ما سبکی را انتخاب کردیم که برای رمان اکشن مناسب است، زیرا این انتخاب کمک‌مان می‌کند منظور اصلی‌مان را به‌وضوح به تصویر بکشیم:

شما در اولین جلسه‌ی معارفه و امضای کتاب‌تان حضور دارید. دستان‌تان خیس عرق است. صدای مدیر روابط عمومی را که در حال معرفی شماست، به زحمت می‌شنوید. قلب‌تان به‌تندی در سینه می‌کوبد و گوش‌هایتان زنگ می‌زنند. صدای تشویق جمعیت حباب ترسی که شما را احاطه کرده می‌ترکاند. وقت شروع نمایش است؛ چه آماده باشید، چه نباشید. بلند می‌شوید و تلوتلوخورن به سمت جایگاه می‌روید.

آخرین جرعه‌ی آب سرد را سر می‌کشید، نفسی عمیق می‌کشید و به جمعیت لب‌خند می‌زنید. «تا سال‌ها پس از وقایع ۱۱ سپتامبر، درباره‌ی آن‌ها کابوس می‌دیدم. تا اینکه روزی از خودم پرسیدم که اگر این کابوس‌ها را قبل از ۱۱ سپتامبر دیده بودم چه می‌شد. اگر شک کرده بودم که قرار است اتفاقی بیفتد اما هیچ کاری نمی‌کردم چه؟ اگر مجبور بودم با احساس گناه ناشی از بی‌اعتنایی‌ام زندگی کنم چه؟ اگر کابوس‌هایی درباره‌ی فاجعه‌ی جدیدی می‌دیدم چه؟ آن وقت چه می‌کردم؟»

«حرف اضافه نزن!» این را صدایی از پشت جمعیت حاضر می‌گوید.

حالا بیا ببینیم اصلاحاتی را که در مثال خود انجام دادیم در نظر بگیریم. ما یک بند نوشته‌ی اولیه را در قالب سه بند بازنویسی کردیم. معمولاً زمانی که به جای تعریف به نشان دادن وقایع می‌پردازید، زیاد شدن متن طبیعی است. زیرا نشان دادن به اندازه‌ی تعریف کردن موجز نیست. متن بالا را می‌توانیم به شکل زیر تجزیه کنیم:

✓ بند اول

• جمله‌ی اول را کوتاه کردیم، زیرا این جمله بیشتر از اینکه چیزی را نشان دهد، به تعریف می‌پردازد. اصلاً چرا باید در اینجا تعریفی داشته باشیم؟ چرا از جمله‌ای واضح و تصویری استفاده نکردیم؟ می‌توانسیم از یک توصیف حسی و هیجان‌انگیز استفاده کنیم، اما تصمیم گرفتیم مقدمه‌چینی را به سرعت تمام کنیم و به سراغ قسمت احساسی برویم.

• جملات دوم و سوم، سه نمود احساسات درونی را به خواننده نشان می‌دهند (واکنش‌های فیزیولوژیکی که نشان دهنده‌ی احساسات شخصیت مُشرف هستند). ما در اینجا به دنبال ظرافت کلام نیستیم. ما داستانی خیس از عرق، قلبی که در سینه می‌کوبد و گوش‌هایی را نشان می‌دهیم که زنگ می‌زنند.

• جمله‌ی بعدی نشان‌دهنده‌ی تشویق حصار است و حکایت از ترس دارد. این جمله چندان تأثیرگذار نیست. ما از بار احساسی صحنه در اینجا کاسته‌ایم، زیرا بار احساسی باید به شکلی متنوع در صحنه توزیع و ارائه شود.

• جمله‌ی بعدی یک تک‌گویی درونی غیرمستقیم است؛ کلیشه‌ای که به شروع نمایش اشاره دارد. چنین کلیشه‌ای برای این قسمت از صحنه مناسب است، زیرا نحوه‌ی تفکر شخصیت مُشرف را برمی‌تابد.

• جمله‌ی آخر حاوی کنش است: شخصیت سر پا می‌ایستد و تلو‌تلو می‌خورد. باز هم باید بگوییم که ما در اینجا به دنبال ظرافت کلام نیستیم. تلو‌تلو خوردن فعلی است که بار احساسی زیادی دارد.

در پایان بند اول شخصیت مُشرف هدف واضحی برای این صحنه پیدا کرده است: فائق آمدن بر اضطراب اولین جلسه‌ی معارفه و امضای کتابش.

✓ بند دوم

• این بند با سه کنش آغاز می‌شود که نشان می‌دهند شخصیت مُشرف می‌خواهد بر اضطراب خود فائق آید: سرکشیدن آب، تنفس عمیق و لبخند زدن. نیازی نداریم به خواننده بگوییم که شخصیت مُشرف دارد با اضطراب مبارزه می‌کند. رفتار او این موضوع را به وضوح نشان می‌دهد.

• ادامه‌ی بند دوم فقط گفت‌وگوهایی است که بر زبان شخصیت مُشرف جاری

می‌شود. این گفت و گوها پیشینه‌ی داستانی شخصیت را نشان می‌دهد. حضور پیشینه‌ی داستانی در این قسمت بلامانع است، زیرا مخاطبان حاضر در کتاب‌فروشی این اطلاعات را نمی‌دانند و در عین حال علاقه‌ی زیادی به دانستن آن‌ها دارند. دو بند اول یک کلیپ شخصی طولانی‌اند (در فصل ۱۰ درباره‌ی این اصطلاح توضیحات کامل داده شده است). کلیپ شخصی روی شخصیت مُشرف تمرکز دارد.

✓ بند سه

• بند آخر، یک کلیپ عمومی است که تمرکز را روی یکی از شخصیت‌های غیرمُشرف منتقل می‌کند.

• گفت و گوی کوتاهی که شنیده می‌شود بر میزان کشمکش این صحنه می‌افزاید. حالا شخصیت مُشرف نه تنها باید بر اضطراب خود فائق آید، بلکه باید با یک رقیب ناشناس نیز سر و کله بزند. بار احساسی این صحنه در اینجا افزایش یافته است.

نمایشی خوب: ویرایش کلیپ‌ها

اگر متوجه شده‌اید که بخش خاصی از صحنه باید به جای تعریف داستان آن را نشان دهد، آن وقت برای نوشتن آن قسمت حتماً باید ز کلیپ استفاده کنید. شما کلیپ‌ها را با استفاده از پنج ابرار نمایشی پایه می‌نویسید: کنش، گفت و گو، احساسات درونی، تک‌گویی درونی و توصیف حسی (در فصل ۱۰ درباره‌ی نحوه‌ی ترکیب این ابزارهای پایه و شکل دادن کلیپ‌های عمومی و شخصی به تفصیل صحبت کردیم).

اگر قسمتی از داستان را با استفاده ز کلیپ نوشته باشید هم باید به ویرایش آن بپردازید. به رایج‌ترین مشکلاتی که ما در کلیپ‌ها به آن‌ها برمی‌خوریم، دقت کنید:

✓ بندها روی یک شخصیت واحد تمرکز ندارند. از آنجا که هر بند باید تا جایی که می‌شود یکپارچه باشد، این موضوع یک ایراد به حساب می‌آید.

✓ صحنه بیش از یک شخصیت مُشرف دارد. این یک ایراد است، مگر اینکه خودتان تصمیم گرفته باشید صحنه را از زاویه‌ی دید دانای کل یا جهنده بنویسید.

✓ خواننده چیزهایی می‌بیند که شخصیت مُشرف نمی‌بیند. اگر خودتان تصمیم نگرفته باشید که زاویه‌ی دید سوم‌شخص بی‌طرف یا دانای کل بنویسید، این حالت یک ایراد محسوب می‌شود.

✓ خواننده علت را پس از معلول می‌بیند. چنین چیزی ذهن خواننده را منحرف می‌کند، زیرا در دنیای واقعی علت‌ها پیش از معلول خود اتفاق می‌افتند.

✓ مقیاس‌های زمانی به هم ریخته‌اند تا فرایندهای کند بتوانند پیش از فرایندهای تند به پایان برسند. این مورد نیز می‌تواند ذهن خواننده را از موضوع اصلی پرت کند.

در این قسمت نکاتی برای اصلاح موارد بالا ذکر و برای هر راه‌حل نیز مثالی عنوان می‌کنیم.

احتمالاً نکاتی را که برای ویرایش کلیپ‌ها گفته‌ایم به فراخور حالتان تغییر خواهید داد و گاهی هم آن‌ها را کاملاً زیر پا خواهید گذاشت (اگر این کار از نظرتان منطقی باشد). اما پیشنهاد می‌کنیم هر چیزی را که می‌نویسید به توجه به این نکته‌ها بسنجید و ببینید آیا می‌توانند به بهبود نوشتارتان کمک کنند یا خیر. اگر این‌طور بود، آن‌ها را به کار ببندید و شاهد پیشرفت کارتان باشید. در غیر این صورت آن‌ها را نادیده بگیرید و مطمئن باشید چیزی را از دست نداده‌اید.

توصیه‌هایی برای ویرایش کلیپ‌ها

پیشنهاد می‌کنیم هنگام نوشتن کلیپ‌ها، برای دادن سرنخ‌های داستانی به خواننده‌ها، از الگوی خاصی پیروی کنید. اکنون نشان‌تان می‌دهیم که چطور باید چنین الگویی را هنگام ویرایش صحنه‌ها ارزیابی کنید:

۱. هر کلیپ را به‌عنوان کلیبی شخصی یا عمومی شناسایی کنید و بین دو نوع کلیپ یک بند وقفه بیندازید.

یک کلیپ شخصی روی شخصیت مُشرف تمرکز می‌کند. کلیپ عمومی روی شخصیت‌های غیرمُشرف تمرکز دارد. اگر امکان‌ش هست، چکیده‌ی روایی را (از داخل کلیپ‌ها) حذف کنید.

۲. اطمینان حاصل کنید که در هر کلیپ از ابزار مناسبی استفاده کرده‌اید.

هر کلیپ شخصی می‌تواند از کنش، گفت وگو، تک‌گویی درونی، یا حساسات درونی استفاده کند. اما معمولاً نباید در آن از توصیف استفاده کرد، زیرا توصیف اغلب چیزهایی را نشان می‌دهد که خارج از ذهن شخصیت مُشرف رخ می‌دهد. هر کلیپ عمومی می‌تواند از کنش، گفت وگو یا توصیف بهره ببرد. اما استفاده از تک‌گویی درونی و احساسات درونی در آن محاز نیست. زیرا خواننده نباید بداند شخصیت‌های غیرمُشرف به چه فکر می‌کنند و چه احساسی دارند.

۳. اطمینان حاصل کنید که زمان‌بندی کلیپ‌ها درست است. دو واقعه در یک کلیپ به شکل زیر زمان‌بندی می‌شوند:

• اگر تقریباً هم‌زمان اتفاق بیفتند: آن‌ها را به‌ترتیبی نشان می‌دهیم

که آغاز شده‌اند.

• اگر همزمان آغاز شده باشند: آن‌ها را به ترتیب سرعت نشان می‌دهیم (اول سریع‌ترین).

• اگر همزمان آغاز می‌شوند و به یک اندازه زمان می‌برند: آن‌ها را به هر ترتیبی که دوست داریم نشان می‌دهیم.

در این قسمت به مثال‌هایی از کلیپ‌های معیوب می‌پردازیم و نشان می‌دهیم که چگونه می‌توانید آن‌ها را با استفاده از لگویی که توضیح داده شد تصحیح کنید.

اصلاح کلیپ‌های ترکیبی

مثال زیر را درنظر بگیرید. این بند صحنه‌ای را که پیش‌تر در قسمت "بررسی مثال" درباره‌ی تصمیم‌گیری" نوشتیم ادامه می‌دهد:

مرد درشت‌اندازی که لباس چرم سیاهی پوشیده از محل اختفای خود در قسمت کتاب‌های آشپزی بیرون می‌آید. جای رخمی روی گونه‌ی چپش وجود دارد، خط ریش‌هایش خاکسری و ژولیده‌اند و یک اره‌ی برقی در دسب گرفته است. اره را روشن می‌کند و موبور آن را، ضمن اینکه به سمت شما می‌آید، به راه می‌اندازد. "رفیق تو ایده‌ی مرا دزدیدی! دیگه بهت اجازه نمی‌دم دزدی کنی!" همین‌طور که مرد سیاه‌پوش به سمت شما می‌آید قلب‌تان دارد از جا کنده می‌شود. می‌پرسید: "اسمت چیه؟" دو جلد از کتاب‌تان را برمی‌دارید و فکر می‌کنید آن‌ها سپر بلایتان خواهند شد. مرد می‌گوید: "تروک‌مورتون" و ادامه می‌دهد "ولی دوستام هک صدام می‌زنن." "تروک‌مورتون؟ کدام پدر و مادری اسم بچه‌اش را تروک‌مورتون می‌گذارد؟" رفیق مطمئنم که می‌تونیم در این مورد صحبت کنیم "تروک‌مورتون بی‌حرکت می‌ایستد و اره‌برقی را مستقیم رو به صورت شما می‌گیرد. "آقای استیل از طرف من صحبت می‌کنه."

آخ! این بند از هفت کلیپ تشکیل شده است که سه‌تایشان عمومی و چهارتای دیگر شخصی هستند.

ما آن قدرها هم نسبت به ترکیب کردن کلیپ‌های شخصی و عمومی در یک بند سخت نمی‌گیریم. گاهی این کار کاملاً منطقی است، اما سعی می‌کنیم تا جایی که می‌توانیم دو شخصیت مختلف را در یک بند نگنجانیم. دلیل این کارمان هم همیشه یک چیز بوده است: آغار کردن یک بند جدید برای هر کلیپ کمک می‌کند خواننده تکلیف همه چیز را بداند.



در مثال بالا این امر خصوصاً در جمله‌ی «رفیق مطمئنم که می‌تونیم در این مورد صحبت کنیم» قابل مشاهده است. پس از اینکه جمله را به‌طور کامل می‌خوانید، با توجه به متن درمی‌یابید که گوینده‌ی این جمله شخصیت مُشرف است، نه تروک‌مورتون. اما در آغاز جمله امکان نداشت این موضوع را بفهمید. به همین علت، وقتی خواندن جمله را شروع می‌کنید، در پس ذهن‌تان این سؤال طنین‌انداز می‌شود که «پس گوینده کیست؟» ذات پیچیده‌ی این بند باعث می‌شود کارتان سخت‌تر از آنچه باید باشد، بشود و در نتیجه ذهن‌تان از داستان منحرف می‌شود. هیچ نویسنده‌ای نباید چنین بلایی سر خواننده بیاورد.

حالا می‌خواهیم کلیپ‌های نوشته‌ی بالا را در قالب بنده‌ی مجزا بنویسیم. این کار خواندن را کمی آسان‌تر می‌کند و فضای سفیدی روی کاعد ایجاد می‌کند. چنین فضایی باعث می‌شود دیدگان خواننده سریع‌تر داستان را دنبال کنند و او این وهم را باور کند که همه چیز به سرعت اتفاق می‌افتد.

مرد درشت‌اندازی که لباس چرم سیاهی پوشیده از محل اختفای خود در قسمت کتاب‌های آشپزی بیرون می‌آید. جای رخمی روی گونه‌ی چپش وجود دارد، خط ریش‌هایش خاکستری و ژولیده‌اند و یک اره‌ی برقی در دست گرفته است. اره را روشن می‌کند و موتور آن راه ضمن اینکه به سمت شما می‌آید، به راه می‌اندازد. «رفیق تو ایده‌ی مرا دزدیدی! دیگه بهت اجازه نمی‌دم دزدی کنی!»

«اسمت چیه؟» قلب‌تان دارد چون پتکی در سینه می‌کوبد.

مرد سیاه‌پوش همین طور به سمت شما می‌آید.

دو جلد از کتاب‌تان را برمی‌دارید و فکر می‌کنید آن‌ها سپر بلایتان خواهند شد.

«تروک‌مورتون» و ادامه می‌دهد «ولی دوستانم هک صدام می‌زنن.»

تروک‌مورتون؟ کدام پدر و مادری اسم بچه‌اش را تروک‌مورتون می‌گذارد؟

«رفیق مطمئنم که می‌تونیم در این مورد صحبت کنیم»

تروک‌مورتون بی حرکت می‌ایستد و اره‌برقی را مستقیم رو به صورت شما می‌گیرد. «آقای استیل از طرف من صحبت می‌کنه.»

خواندن این متن راحت‌تر است. واژه‌های معدودی را تغییر داده‌ایم، اما با این حال وضوح نوشته افزایش چشمگیری داشته است. هر گونه پیشرفتی در نتیجه‌ی کار مؤثر است. ممکن است بگویید که این تغییر پیش پا افتاده‌ای است. بله، پیش پا افتاده است، اما ارزش وقت‌تان را دارد، زیرا نا زحمتی اندک به پیشرفت بزرگی دست پیدا می‌کنید. توصیه می‌کنیم پیش از انجام هر کاری، تمام کلیپ‌ها را در بندهایی که بین آن‌ها فاصله انداخته‌اید بگنجانید.

تصحیح جهش‌های ناخواسته

ممکن است بخواهید در یک صحنه‌ی خاص از چند شخصیت مُشرف استفاده کنید. اگر زاویه‌ی دید انتخابی شما دانای کل یا جهنده باشد، آنگاه تصمیم آگاهانه‌ای مبنی بر تعدد شخصیت‌های مُشرف گرفته‌اید. شما اختیار حرفه‌ای چنین کاری را دارید و در گرفتن این تصمیم آزاد هستید. (برای نکاتی درباره‌ی انتخاب زاویه‌ی دید فصل‌های ۷ و ۱۲ را مطالعه کنید.)

اگر تصمیم گرفته باشید در صحنه‌ای که می‌نویسید از یک شخصیت مُشرف واحد استفاده کنید، اما ناگهان وارد ذهن شخصیت دیگری بشوید، توی دردرس می‌افتید. جهش بین شخصیت‌ها سبب می‌شود در پیام‌های حسی‌ای که برای خواننده می‌فرستید اشتبه پیش بیاید. بنابراین باید پیام‌های حسی‌ای را که به محدوده‌ی شخصیت مُشرف تعلق ندارند تصحیح کنید.

در نوشته‌ی زیر وقایع با جهش به ذهن افراد مختلف روایت می‌شود؛ آن را بخوانید:

حصار جیع و داد زن از تروک‌مورتون فاصله می‌گیرد. یکی از خانم‌ها، که یاد همسرش افتاده، عش می‌کند و مثل جنازه‌ی نقش بر زمین می‌شود. دو نفر از آقایان او را بلند می‌کنند و به نقطه‌ی «منی می‌برند. مردی که قد بلندتری دارد فکر می‌کند که می‌تواند از پشت، روی تروک‌مورتون بچهد و او را مهار کند. اما او حالا فاصله‌ی خوبی از تروک‌مورتون گرفته است و جرئت ندارد امنیت خود را به خطر بیندازد.

تروک‌مورتون با نیشخندی شیطانی شما را نگاه می‌کند. یادش می‌آید که پدرش چطور وقتی او یک پسر بچه بود شکنجه‌اش می‌داد. یادش می‌آید که مادرش چطور دست‌هایش را مشت می‌کرد و جیع می‌زد و واسطه‌ی بین آن دو نمی‌شد. او به این فکر می‌کند که شما چقدر شبیه معلم ادبیات کلاس هفتمش هستید؛ کسی که شعرهای تروک‌مورتون را درباره‌ی شلاق خوردن‌هایش می‌خواند و کاری نمی‌کرد.

از چشم‌هدی تروک‌مورتون می‌خوانید که به شما حمله خواهد کرد. کتابی را که در دست چپ‌تان است محکم روی میز سخنرانی می‌کوبید و به چشم می‌بینید که حواس او توسط این حرکت‌تان پرت می‌شود. سپس کتابی را که در دست راست‌تان است مستقیم به سمت صورت او پرت می‌کنید.

مشکل این نوشته این است که خواننده پیام‌های حسی گنگی از آن دریافت می‌کند. خواننده ابتدا وارد ذهن زنی می‌شود که عش می‌کند، سپس او در قالب مردی فرو می‌رود که با نجات زن، اندکی شجاعت به خرج می‌دهد، اما جرئت کافی برای حمله

به تروک‌مورتون ر ندارد. سپس خواننده یک بند کامل را از زاویه‌ی دید تروک‌مورتون می‌خواند و به خاطر کودکی دردناکی که داشته با او هم‌حسی می‌کند. خواننده در نهایت به ذهن شخصیت مُشرف اصلی بازمی‌گردد و باید با تروک‌مورتون درگیر شود.

خواننده می‌خواهد بداند که باید هوادار چه کسی باشد. وقتی به او اجازه می‌دهید به‌صورت تصادفی از ذهنی به ذهن دیگر بجهت، هوادار همه می‌شود؛ و این یعنی او هوادار هیچ‌کس نیست. سنگ بزرگ نشانه‌ی نزدن است!



اصلاً می‌شود به‌شکلی کارآمد از ذهنی به ذهن دیگر جهید؟ البته که می‌شود. مارگارت میچل در بر باد رفته همین کار را می‌کند. ماریو پوزو نیز در پدرخوانده از این روش بهره می‌برد. اما هیچ‌کدام از جهش‌های تصادفی استفاده نمی‌کنند. اگر می‌خواهید بین ذهن‌های چند شخصیت مُشرف حاضر در یک صحنه جابه‌جا شوید، باید برای این جابه‌جایی‌ها دلیلی داشته باشید. چنین کاری را باید در نهایت دقت و با توجه به احساسات خواننده انجام دهید.

اگر متوجه جهش‌هایی ناآگاهانه در نوشتارتان شدید، راه‌حل ساده‌ای در اختیار دارید: شخصیت مُشرف را فقط با استفاده از کلیپ‌های شخصی به رشته‌ی تحریر در آورید و تمام شخصیت‌های دیگر حاضر در صحنه را صرفاً با استفاده از کلیپ‌های عمومی بنویسید.



در ادامه، مثال بالا را بازنویسی کرده‌ایم. ما مجبور شدیم جراحی سنگینی روی این صحنه انجام دهیم. دیگر نمی‌توانیم خواننده را وارد لایه‌های درونی ذهن شخصیتی غیرمُشرف کنیم، اما او را به نقطه‌ی ژرف‌تری از وجود شخصیت مُشرف اصلی خواهیم برد: حضار جیغ و داد زنان از تروک‌مورتون فاصله می‌گیرند. یکی از خانم‌ها غش می‌کند و مثل جنازه‌ای نقش بر زمین می‌شود. دو نفر از آقایان او را بلند می‌کنند و به نقطه‌ی امنی می‌برند.

تروک‌مورتون با نیشخندی شیطانی شما را نگاه می‌کند اما همین طور که با نگاه حیره‌ای به شما زل زده، می‌شود رنج را از چشمانش خواند. انگار شما را می‌شناسد. پیشانی‌اش عرق کرده و رگی، روی ناهمواری جای زخم گردن آفتاب‌سوخته‌اش، آشکارا می‌پزد.

از چشم‌های تروک‌مورتون می‌خوانید که به شما حمله خواهد کرد. کتبی را که در دست چپ‌تان است محکم روی میز سخنرانی می‌کوبید و به چشم می‌بینید که حواس او توسط این حرکت‌تان پرت می‌شود. سپس کتابی را که در دست راست‌تان است مستقیم به سمت صورت او پرت می‌کنید.

در این بازنویسی، بخش مربوط به خاطرات کودکی تروک‌مورتون حذف شده است. گریزی نیست، اگر بخواهیم فقط از یک شخصیت مُشرف در صحنه استعاده کنیم، باید از خیر درونیات شخصیت‌های دیگر بگذریم. در عوض توانسته‌ایم یک شخصیت مُشرف واحد را پیش روی خواننده قرار دهیم تا با او هم‌حسی کند.

ممکن است فکر کنید که شاید بهتر بود این صحنه را از زاویه‌ی دید تروک‌مورتون می‌نوشتید. شاید، اما اگر صحنه را از این زاویه‌ی دید بازنویسی می‌کردید، خواننده انتظار داشت که او را مستقیماً وارد ذهن تروک‌مورتون کنید. در فصل ۱۲ نکاتی را درباره‌ی انتخاب شخصیت مُشرف ارائه کرده‌ایم.

تصحیح تجربه‌های بیرونی

شاید بخواهید چیزهایی را که شخصیت محوری می‌داند یا نمی‌بیند به خواننده نشان بدهید. اگر از زاویه‌ی دید دانای کل یا سوم‌شخص بی‌طرف می‌نویسید، انتخاب حرفه‌ای‌تان به خودی خود چنین اجازه‌ای را به شما می‌دهد. اما اگر زاویه‌ی دید دیگری را انتخاب کرده‌اید، انتخاب حرفه‌ای‌تان ایجاب می‌کند که همواره به قوانین آن پایبند باشید.

در ادامه نشان‌تان می‌دهیم که اگر شما چیزی را ببینید، که شخصیت مُشرف قادر به دیدن آن نباشد، چه می‌شود:

تروک‌مورتون سرش را می‌دزد و کتاب با شتاب از کنار گوش راستش عبور می‌کند. آتش خشم در چشمانش زبانه می‌کشد، یک قدم به سمت شما برمی‌دارد و موتور اره‌برقی را راه می‌اندازد.

شما چند جلد از کتاب‌هایتان را برمی‌دارید و ضمن اینکه آن‌ها را سیر خود کرده‌اید، عقب‌عقب می‌روید. متوجه نمی‌شوید که چیزی نمانده مدیر روابط عمومی فروشگاه را، که چند لحظه پیش پشت سرتان از حال رفت، لگد کنید.

در این دو بند همه چیز طبق برنامه پیش می‌رود تا اینکه چیزی را به خواننده نشان می‌دهید که شخصیت مُشرف نمی‌تواند ببیند: مدیر روابط عمومی کتاب فروشی بیهوش روی زمین افتاده است.

شکالش چیست؟ مگر داستان آن باعث افزایش تنش صحنه نمی‌شود؟ شاید این‌طور باشد. تنش انتظار وقوع یک اتفاق بد است. اینکه به خواننده نشان دهید که شخصیت مُشرف ممکن است پایش را روی خام کارمند فروشگاه بگذارد، می‌تواند تنش را افزایش دهد اما این کار بهایی دارد: نشان دادن این تصویر به خواننده یادآوری می‌کند که او شخصیت مُشرف در صحنه نیست؛ و اگر یادتان باشد، یکی از اهداف اصلی شما، به‌عنوان نویسنده، این است که به خواننده بقبولانید او شخصیت مُشرف است.



روایای داستانی را به قیمت اندکی تنش بیشتر، ویرس نکنید. به جای اینکه خواننده را از قالب شخصیت مُشرف بیرون آورید، با اشاره‌ای که شخصیت مُشرف را متوجه اوضاع می‌کند، تنش را افزایش دهید.

اگر تصادفاً از ذهن شخصیت مُشرف خارج شده‌اید، راه حل ساده‌ای پیش رویتان است: شخصیت مُشرف را فقط با استفاده از کلیپ‌های شخصی به رشنه‌ی تحریر در آورید و تمام شخصیت‌های دیگر حاضر در صحنه را صرفاً با استفاده از کلیپ‌های عمومی بنویسید. فقط چیزهایی را که شخصیت مُشرف می‌بیند، می‌شنود، می‌بوید، می‌چشد یا لمس می‌کند به خواننده نشان دهید. مثال بالا را به شکل زیر بازنویسی کرده‌ایم:

تروک‌مورتون سرش را می‌دزد و کتاب با شستاب از کنار گوش راستش عبور می‌کند. آتش خشم در چشمانش زبانه می‌کشد، یک قدم به سمت شما برمی‌دارد و موتور اره‌برقی را راه می‌اندازد.

شما چند جلد از کتاب‌هایتان را برمی‌دارید و ضمن اینکه آن‌ها را سهر خود کرده‌اید، عقب‌عقب می‌روید.

”یا مسیح مقدس! کمک کن!“ این جملات را صدای بالان مدیر روابط عمومی فروشگاه از پشت سرتان می‌گوید. ثانیهای بعد، صدای گرومپی به شما می‌گوید که او غش کرده است.

تصحیح مشکلات علت-معلولی

همیشه‌ی همیشه‌ی همیشه علت را قبل از معلول نشان دهید. به مثالی که این قانون در آن زیر پا گذاشته شده توجه کنید:

وحشت وجودتان را فرا می‌گیرد و به سمت چپ خود شیرجه می‌زنید. سرتان را با دستان‌تان محافظت می‌کنید و امیدوارید روی مدیر روابط عمومی نیفتید، آن هم درست پس از اینکه تروک‌مورتون با اره‌برقی به سمت‌تان خیز برداشته است.

افتضاح است! ما علت را (خیز برداشتن تروک‌مورتون) در منتهی‌الیه جمله‌ی طولانی‌ای آورده‌ایم که معلول‌ها را (تمام واکنش‌های شما به عمل خیز برداشتن تروک‌مورتون) در ابتدای آن نوشته بودیم. هیچ چیز بیشتر از این حالت برای خواننده گیج‌کننده نیست.

هروقت در داستان‌تان از عبارت پس از (ایکه) استفاده کردید، از خود بپرسید که آیا علت را بعد از معلول نوشته‌اید یا خیر. اگر این‌طور است، اشتباه خود را تصحیح کنید:



تروک‌مورتون با اره‌برقی به سمت تان خیز برمی‌دارد.

وحشت وجودتان را فرا می‌گیرد و به سمت چپ خود شیرجه می‌زنید. سرتان را با دستان تان محافظت می‌کنید و امیدوارید روی مدیر روابط عمومی نیفتید.

تصحیح مشکلات زمان‌بندی

هر فرایندی مدت زمان خاص خود را می‌طلبد. شلیک گلوله از چشمک زدن سرعت بیشتری دارد؛ چشمک زدن از رسیدن فوتبالیست به توپ سریع‌تر اتفاق می‌افتد؛ و رسیدن فوتبالیست به توپ از برگزاری انتخابات ریاست جمهوری زمان کمتری می‌برد.

اگر دو واقعه را نشان می‌دهید که به‌طور هم‌زمان رخ می‌دهند، واقعه‌ی سریع‌تر را اول نشان دهید. این نکته‌ی ظریفی است، اما پرداختن به آن ارزش زحمتش را دارد، زیرا باعث وضوح بیشتر نوشتار می‌شود.



در این قسمت دو حالتی را که در آن‌ها مشکلات زمان‌بندی در داستان بروز می‌کنند، به شما نشان می‌دهیم.

رویدادهای هم‌زمان

جمه‌ی ریر را بخواهید، در این جمله یک رویداد سریع و یک رویداد آهسته با هم ترکیب شده‌اند:

غرش اره‌برقی به محض اینکه صدای نعره‌ی بلند و کش‌دار تروک‌مورتون، که با سرعت به سمت زمین پرتاب شده به گوش می‌رسد، قطع می‌شود.

ویسنده از تلاش برای گنجاندن چند نکته در یک جمله هدف خوبی دارد. اما برای خواننده مهم نیست که شما منظور خوبی دارید یا نه؛ خواننده فقط به این اهمیت می‌دهد که آیا در بطن داستان غرق شده یا نه.

مشکل ما در اینجا این است که می‌خواهیم دو امر را هم‌زمان حلوه دهیم؛ اما این دو امر نمی‌توانند هم‌زمان باشند، زیرا مقیاس زمانی آن‌ها متفاوت است: یکی سریع رخ می‌دهد و یکی آهسته:

✓ آهسته: "تروک‌مورتون در حالی که نعره‌ی بلند و کش‌داری سر می‌دهد، به زمین می‌افتد." این رویداد کسری از ثانیه زمان می‌برد. (اگر زمان زمین خوردن خودتان را محاسبه کنید، خواهید دید که چند ثانیه طول می‌کشد.)

✓ سریع: "غرش اره‌برقی قطع می‌شود." این یکی تقریباً در لحظه - وقتی انگشت تروک‌مورتون از روی دکمه‌ی ضامن کنار می‌رود - اتفاق می‌افتد.



هر وقت دیدید که دو عبارت به واسطه‌ی واژه‌هایی مانند در حالی که یا به محض اینکه یا همزمان با به هم ربط یافتند، کمی تأمل کنید. از خود بپرسید که آیا اعمال موجود در آن دو عبارت اصلاً می‌توانند به صورت همزمان با برای مدت یکسانی رخ دهند یا خیر.

توجه داشته باشید که تروک‌مورتون می‌تواند در تمام مدتی که در حال افتادن است نمره بزند. بنابراین وصل کردن این دو فعل (افتادن و نمره زدن) با استفاده از عبارت در حالی که کاملاً بلامانع است. اما او نمی‌تواند با همان سرعتی که غرش اهر برقی قطع می‌شود به زمین بیفتد. بنابراین به کار بردن عبارت به محض اینکه اشتباه است، زیرا این عبارت برای مواردی به کار می‌رود که در یک لحظه‌ی واحد به وقوع پیوندند.



چیزهای کوچک می‌توانند تفاوت‌های بزرگی بیافرینند؛ حتی اگر به قدری کوچک باشند که از دید خواننده پنهان بمانند. ممکن است خواننده همیشه به این دقت نکند که دو تفاق ممکن است نتوانند در یک آن رخ دهند، اما او می‌فهمد که صحنه کمی عجیب و غریب است. در این شرایط خواننده با خودش خواهد گفت: "نمی‌توانم این اتفاق را تصور کنم." حق هم دارد. شما اجازه داده‌اید کنش‌ها از کانون توجه خارج شوند. راه حل مشکل این است که بفهمید کدام کنش اول شروع شده و اول آن را نشان دهید (حتی اگر هنگام شروع کنش دوم این کنش هنوز ادامه داشته باشد).

در مثال تروک‌مورتون، او پایش به چیزی گیر کرد، سکندری خورد و نمره‌ی بلند و کش‌داری سر داد و بعد زمین خورد. زمانی، وسط تمام این وقایع، انگشتش از روی دکمه‌ی ضامن اهر برقی کنار رفت و غرش موتور خاموش شد. ما این رویدادها را باید به شکل زیر بنویسیم:

تروک‌مورتون، در حالی که با سرعت به سمت زمین پرتاب می‌شود، نمره‌ی بلند و کش‌داری سر می‌دهد. صدای غرش اهر برقی قطع می‌شود.

مشکلات خاص کلیپ‌های شخصی

در متن زیر زمان‌بندی در دومین کلیپ شخصی (بند سوم) به هم ریخته است:

شما زمین می‌خورید و احساس می‌کنید که روح از بدن‌تان خارج شده است. برای یک لحظه دیدتان تاری می‌شود؛ به زور سعی می‌کنید بر خود مسلط شوید و کورمال کورمال و به زحمت سر پا می‌ایستید.

پیش از آنکه بتوانید سرتان را برگردانید، تروک‌مورتون از پشت به شما چنگ می‌اندازد. "وقتشه که بمیری، عوضی!" دستی قوی دور گلویتان قلاب می‌شود.

فنی را به یاد می‌آورید که، وقتی برای کتاب‌تان تحقیق می‌کردید، از یکی از

دوستان تان ید گرفتید پنجه‌ی پای تروک‌مورتون را محکم لگدکوب می‌کنید، با آرنج به شکمش می‌کوبید و ناخودآگاه دستی را که با آن گلویتان را می‌فشارد چنگ می‌زنید. موجی از ترس چون خنجری دلتان را می‌شکافت.

متن بالا تا سر بند سوم، که یک کلیپ شخصی است، بدون ایراد پیش می‌رود. اما در این بند زمان‌بندی‌ها به هم می‌ریزند.

مقیاس رمانی احساسات، کش‌های غریزی (ناخودآگاه)، رفتارهای منطقی و رفتار در زیر آمده است:



- ✓ احساسات، سریع و در عرض هزارم ثانیه، رخ می‌دهند.
- ✓ کش‌های غریزی یا ناخودآگاه سریع (اما کندتر از احساسات) و در عرض دهم ثانیه، رخ می‌دهند.
- ✓ رفتارهای منطقی و رفتار بیشترین زمان را می‌برند و حداقل نیم‌ثانیه طول می‌کشند.

بنابراین در کبیبی شخصی که تمام عناصر بالا را در آن گنجانده‌اید، باید اول احساسات را نشان دهید، بعد کش‌های غریزی را و بعد رفتارهای منطقی و رفتار. نگاهی به بند سوم متن بالا بیندازید و ببینید در ادامه چطور با مرتب کردن عناصر، آن را به‌شکلی منطقی تصحیح کرده‌ایم:

شما زمین می‌خورید و احساس می‌کنید که روح از بدن تان خارج شده است. برای یک لحظه دیدتان تار می‌شود؛ به زور سعی می‌کنید بر خود مسلط شوید و کورمال کورمال و به زحمت سر پا می‌ایستید.

پیش از آنکه بتوانید سرتان را برگردانید، تروک‌مورتون از پشت به شما چنگ می‌اندازد. "وگفته که بمیری، عوضی!" دستی قوی دور گلویتان قلاب می‌شود.

موجی از ترس چون خنجری دلتان را می‌شکافت. ناخودآگاه دستی که گلویتان را می‌فشارد چنگ می‌زنید. فنی را به یاد می‌آورید که، وقتی برای کتاب‌تان تحقیق می‌کردید، آن را از یکی از دوستان تان یاد گرفتید. پنجه‌ی پای تروک‌مورتون را محکم لگدکوب می‌کنید و با آرنج به شکمش می‌کوبید.

از فشار دست تروک‌مورتون بر گلویتان کاسه می‌شود.

به‌سمت او می‌چرخید، با زانو ضربه‌ای به میان‌تنه‌اش می‌زنید و با انگشت شست‌تان ضربه‌ی دیگری به قسمت نرم پایین گلویش وارد می‌آورید.

قبول داریم که دعوی زشتی است، اما شما نمی‌توانید به تروک‌مورتون رخصت

اسـنـراحت بـدهید؛ بـه خوانندـه هـم نـمی‌توانید چـین اجاره‌ای بـدهید. او کتاب شما را برای تجربه کردن حسی قوی خریده است. اگر اجازه دهید صحنه (یا حتی ریزترین جزئیات آن) از کانون تمرکز خارج شود، ارزش چیزی که به خواننده اعطا می‌کنید، از هزینه‌ای که بابت کتاب‌تان پرداخته کمتر است. چه نویسنده‌ی پر جنب و جوش‌ترین رمان اکشن باشید و چه خالق لطیف‌ترین رمان عاشقانه، خواننده این حق را بر گردن‌تان دارد که قوی‌ترین تجربه‌ی حسی ممکن را به او اهدا کنید.

ورود به فلش‌بک و خروج از آن

اگر استفاده از فلش‌بک لازم بود، حتماً آن را به کار ببرید (در یکی از قسمت‌های پیشین این فصل، تحت عنوان “تصمیم‌گیری برای نشان دادن یا تعریف کردن”، توضیح دادیم که چگونه می‌توان فهمید استفاده از فلش‌بک لازم است یا خیر). تنها مورد ناگفته‌ای که باقی می‌ماند این است که فلش‌بک را چگونه باید ویرایش کرد. یادنان باشد که فلش‌بک چیزی نیست جز ظرفی برای توالی‌ای از کلیپ‌هایی که در گذشته به وقوع می‌پیوندند، همراه با انتقال زمانی ابتدا و انتهای آن. در قسمت‌های آینده درباره‌ی ویرایش کلیپ‌ها صحبت خواهیم کرد. نکته‌ی دیگری که باید بگران آن باشید، ویرایش نقاط انتقال زمانی است.

انتقال زمانی امر ناشناخته‌ای نیست و تنها وظیفه‌ای که دارد این است که نشان دهد شخصیت مُشرف دارد در زمان، پس و پیش می‌رود. معمولاً این کار با اشاره‌ای علنی به یک حاطره انجام می‌شود. به مثالی از نحوه‌ی غلط انجام انتقال زمانی توجه کنید:

“به ما نگید چطور تونستید مردی با وزنی دو برابر وزن خودتون رو مغلوب کنید.”
این سؤال را لری کینگ می‌پرسد.

برد می‌گوید: “منو از پشت بگیر و سعی کن خفه‌ام کنی”

شما دست‌هایتان را دور بدن او حلقه می‌کنید و سعی می‌کنید گردش را بگیرید. ثانیه‌ای بعد، پنجه‌ی پایتان تیر می‌کشد. ضربه‌ی آرنجی که به شکم‌تان می‌خورد تمام مولکول‌های هوایی را که در ریه‌هایتان بود تخلیه می‌کند. سپس ضربه‌ی پتک‌مانندی که به میان‌تنه‌تان وارد می‌شود، انجماری از درد را با سرعت روانه‌ی امحا و احشایتان می‌کند.

پاسخ می‌دهید: “فکر کم باهام خیلی سریع از مغزم فرما می‌گیرند.”

صبر کن ببینم! جهشی که از لری کینگ به برد و دوباره به لری کینگ انجام شد به‌شدت گیج‌کننده بود. مشکل اینجاست که ما با شتاب بیش از حدی به فلش‌بک وارد می‌شویم و بعد با همین شتاب از آن بیرون می‌آییم. خواننده به نشانه‌هایی در هر دو

سوی فلش‌یک نیاز دارد تا به کمک آن‌ها آغاز و پایان آن را تشخیص دهد. مثل این:

”به ما بگید چطور دوستید مردی با وزنی دو برابر وزن خودتون رو مغلوب کنید.“
این سؤال را لری کینگ می‌پرسد.

دو سال است که تلاش می‌کنید روزی را که دربارهی شیوه‌های نزاع خیابانی با دوست‌تان برَد - یک افسر اسبق یگان ویژه‌ی نیروی دریایی ایالات متحده - مصاحبه کردید از یاد ببرید.

برَد می‌گوید: ”مو از پشت بگیر و سعی کن خفه‌ام کنی“

شما دست‌هایتان را دور بدن او حلقه می‌کنید و سعی می‌کنید گردن‌اش ر بگیرید ثانیه‌ای بعد، پنجه‌ی پایتان تیر می‌کشد. ضربه‌ی آرنجی که به شکم‌تان می‌خورد تمام مولکول‌های هوایی را که در ریه‌هایتان بود تخلیه می‌کند. سپس ضربه‌ی پتک‌مانندی که به میان‌تنه‌تان وارد می‌شود، انفجاری از درد را با سرعت روانه‌ی امحا و احشایتان می‌کند.

این قضیه دو سال پیش اتفاق افتاد و شما هنوز هم برَد را فراموش نکرده‌اید. در کتاب‌تان از او تقدیر نکردید. به هیچ‌احدی هم دربارهی آن مصاحبه چیزی نگفتید.

چشمکی به لری کینگ می‌زنید و با لبخند کج و کویه‌ای پاسخ می‌دهید: ”فکر کنم پاهام خیلی سریع از معزم فرمان می‌گیرند.“

ویرایش تعریف

امیدواریم از گفته‌های ما چنین برداشت نکرده باشید که از تعریف کردن داستان و ابزارهایی مانند چکیده‌ی روایی، شرح و توصیف خارجی بیزاریم. اصلاً این‌طور نیست. این ابزار در تمام داستان‌ها جایگاه خاص خود را دارند. اگر ناوَرَتان نمی‌شود، صفحه‌ی اول کتاب هری پاتر و سنگ جادوگر را بخوانید. تمام این صفحه به تعریف اختصاص داده شده است و نوشتار درخشان‌ی دارد. تعریف برای این قسمت متن مناسب است. اگر می‌خواهید تعریف کنید، اطمینان حاصل کنید که - حداقل - این شیوه برای متن‌تان مناسب است. اگر می‌توانید نوشتاری درخشان بیافرینید، حتماً این کار را بکنید (کمی بعد در یکی از کادرهای خاکستری، تحت عنوان ”آفرینش سبک اختصاصی شما“، نکاتی دربارهی نوشتن متن‌های درخشان به شما ارائه خواهیم کرد).

در زیر رایج‌ترین مشکلاتی را که در تعریف پیش می‌آید عنوان کرده‌ایم و راه‌هایی برای احیای قسمت‌های تعریفی‌ای که درگیر چنین مشکلاتی هستند، پیش پایتان گذاشته‌ایم:

✓ واژگان: تا جایی که می‌توانید ایجاز را رعایت کنید.

✓ گفتار انتزاعی: تا جایی که می‌توانید ملموس بنویسید. از اسم‌ها و فعل‌های قوی و جریئات واضح استفاده کنید.

✓ توضیح بیش از حد: در برابر وسوسه‌ی توضیح دادن مقاومت کنید.

در همین قسمت درباره‌ی این اصلاحات توضیح می‌دهیم.



آفرینش سبک اختصاصی شما

داشته باشید؟ اگر چنین است، سبک او یا سبک شما چه تفاوتی دارد؟

✓ آیا ژانر یا گونه‌ی داستانی شما سبک نوشتاری خاصی را می‌طلبد که خوانندگان انتظار دارند شما نیز به اصول آن پایبند باشید؟ (حسن و حال یک رمان کارآگاهی درست و حسایی با یک رمان عاشقانه‌ی سلطنتی بسیار متفاوت است)

✓ پرهیز از کلیشه‌ها چقدر برایتان اهمیت دارد؟ آیا اصرار دارید هر جمله‌ای که می‌نویسید حتماً تازه و اصیل باشد؟ یا "متفاوت بودن" هم به نوبه‌ی خود برایتان به کلیشه تبدیل شده است؟

ما نمی‌توانیم بگوییم کدام سبک برایتان مناسب‌تر است. اما توصیه می‌کنیم شیوه‌های ادبی گوناگون را امتحان کنید و ببینید کدام یک از آن‌ها با حال و هوایتان جور می‌آید. آیا این شیوه روی خواننده‌های آرمایشی شما تأثیر مناسبی دارد؟ اگر چنین است، به استفاده از آن ادامه دهید؛ اگر نه، آن را کنار بگذارید. سبک طبیعی شما به موقع شکوفا خواهد شد.

همچنان که در فصول هنر نوشتن پیشرفت می‌کنید، سبکی پیدا خواهید کرد که برای شخص شما مناسب است. ما در این کتاب درباره‌ی آموزش سبک اختصاصی نویسندگی با احتیاط رفتار می‌کنیم، زیرا سبک نوشتار، امری بسیار شخصی است. البته گزینه‌های زیادی در برابر شما وجود دارد که می‌توانید از میان آن‌ها انتخاب کنید. در ادامه سؤالاتی طرح می‌کنیم که پاسخ دادن و فکر کردن به آن‌ها در فرایند آفرینش سبک نوشتارتان مفید خواهد بود.

✓ سبک چقدر برای شما اهمیت دارد (در مقایسه با چهار ستون دیگر داستان: دنیای داستانی، شخصیت، پی‌رنگ و درون‌مایه)؟

✓ آیا مایل‌اید سبک خاصی داشته باشید که شما را از دیگر نویسندگان متمایز جلوه می‌دهد یا ترجیح می‌دهید سبک نوشتارتان طوری باشد که حواس خواننده را از داستان پرت نکند؟

✓ آیا نویسنده‌ی به‌خصوصی هست که سبک نوشتارش به سبک مورد نظر شما شباهت

محکم‌کاری متن و رنگ‌آمیزی آن

ویرایش معمولاً با حذف واژگان غیرضروری و افزودن واژگانی که وضوح اثر را بالا می‌برند همراه است. در ادامه بریده‌ی متنی تعریفی را خواهید خواند که هم به محکم‌کاری نیاز دارد و هم رنگ‌آمیزی:

پس از مصاحبه، در حالی که در فرودگاه قدم می‌زنید، متوجه می‌شوید شبهه فاجعه‌ای که در اولین جلسه‌ی معارفه و امضای کتاب‌تان رخ داد، به نفع حرفه‌تان تمام شده است. فرودگاه‌ها معمولاً کتاب‌فروشی دارند، زیرا وقتی مسافران در آسمان به سر می‌برند، کار زیادی برای انجام دادن ندارند. به همین دلیل خیلی از آن‌ها دوست دارند کتاب بخوانند. تک‌تک کتاب‌فروشی‌هایی که در مسیر گیت پرواز از کنرشان عبور می‌کنید چندین نسخه از کتاب شما را برای فروش گذاشته‌اند. در پرواز خود به سمت محل زندگی، خواب‌تان می‌برد و کابوسی می‌بید که ایده‌ی کتب بعدی‌تان را فراهم می‌کند.

این متن عمده‌اً از چکیده‌ی روایی تشکیل شده و اندکی هم شرح در آن به کار رفته است. اتفاق خاصی هم نمی‌افتد که در پیش بردن داستان تأثیری داشته باشد. بنابراین بدیهی است که بخواهیم برای روایت این قسمت از متن از کلیپ استفاده کنیم. اما از سویی دوست نداریم این تکه از داستان را به کل حذف کنیم، زیرا انتقال وقایع از صحنه‌ی قبلی به صحنه‌ی بعدی - زمانی را که شما در منزل خود به رمان بعدی‌تان فکر می‌کنید - به خوبی نشان می‌دهد.

دو جمله‌ی اول بیش از حد توضیحی هستند. اگر فاجعه‌ی اولین جلسه‌ی معارفه‌تان دلیل مصاحبه‌ی لری کینگ با شما بوده، پس قطعاً به نفع حرفه‌تان تمام شده و این موضوع دیگر نیازی به توضیح ندارد. اکثر آدم‌ها می‌دانند چرا در فرودگاه‌ها کتاب‌فروشی وجود دارد. آن‌هایی هم که نمی‌دانند، به راحتی می‌توانند دلیل این امر را حدس بزنند. در مقابل وسوسه‌ی توضیح دادن مقاومت کنید.

دو جمله‌ی آخر عاری از هر گونه رنگ و لعاب هستند. با اینکه مسیر قدم ردن در فرودگاه یا خود پرواز را نشان نمی‌دهید، باز هم می‌توانید روایت این قسمت را کمی واضح‌تر انجام دهید.

به نسخه‌ی ویرایش شده‌ی مثال بالا نگر کنید. در این نسخه توضیحات غیرضروری و واژه‌های اضافی را بریده‌ایم و کمی رنگ به صحنه اضافه کرده‌ایم:

پس از مصاحبه در حالی که در فرودگاه قدم می‌زنید، از کنار فروشگاه بارنر و نوبل عبور می‌کنید که قفسه‌ی سقفی‌ای را با کتاب‌های شما پر کرده است. وقتی پشت گیت نشست‌اید و انتظار می‌کشید، شش مسافر مختلف در حالی که یک نسخه از کتاب‌تان را در دست دارند به شما نزدیک می‌شوند و امضا می‌خواهند. در هواپیما چشم‌هایمان را می‌بندید و امیدوارید خواب‌تان ببرد. چرت کوتاهی هم می‌زنید. اما خواب‌هایتان آشفته و مملو از همراذهای تروک‌مورتون‌اند که همگی ارم‌برقی در دست دارند و شما را به نام می‌خوانند. وقتی هواپیما بر فراز فرودگاه شهرتان ارتفاعش را کم می‌کند، انعکاس آخرین پرتوهای نارنجی‌رنگ خورشید

در حل غروب روی شیشه‌ی پنجره‌ی ترمینال به انفجاری از نور تبدیل می‌شود. همین کافی است تا بدانید کتاب بعدی‌تان درباره‌ی چه خواهد بود.

دقت کنید که نسخه‌ی ویرایش شده از نسخه‌ی اولیه طولانی‌تر است؛ آن هم با اینکه توضیحات غیرضروری را حذف کرده‌ایم. علت این امر جزئیات ملموسی است که برای افزودن‌شان به واژه نیاز داشتیم.

زمانی برای حذف یک بخش تعریفی

گاهی به یک بخش تعریفی برمی‌خورید که نه به ویرایش بلکه به حذف نیاز دارد. این‌ها دلایلی هستند که ممکن است باعث شوند یک بخش را به‌طور کامل حذف کنید:

✓ **تعریف پیشینه‌ی داستانی:** همه‌ی نویسنده‌ها می‌دانند که پیشینه‌ی داستانی مصر است؛ البته برای بقیه‌ی نویسنده‌ها، نه برای خودشان! همه‌ی نویسنده‌ها خیال می‌کنند که خودشان استثنا هستند و می‌توانند در فصل اول چندین صفحه پیشینه‌ی داستانی بنویسند و قسر در بروند؛ زیرا خواننده ملتمس‌نه می‌خواهد پیشینه‌ی داستانی را بداند. خواننده در فصل اول به پیشینه‌ی داستانی هیچ‌وقتی نمی‌نهد. پیشینه‌ی داستانی شخصیت‌ها زمانی برای او اهمیت پیدا می‌کند که شروع به ساختن آن‌ها کرده است.

اگر در پنج فصل اول کتاب خود از پیشینه‌ی داستانی استفاده کرده‌اید، از خود بپرسید که آیا حاضرید برای اینکه این پیشینه در کتاب‌تان باقی بماند، بابت هر واژه‌ی آن ده دلار به ویراستار بدهید یا خیر. اگر جواب‌تان مثبت است که هیچ؛ که در این صورت نوشتار‌تان باید فوق‌العاده باشد. در غیر این صورت با یک اره‌برقی به جانش بیفتید.

✓ **توضیح دنیای داستانی:** نویسنده‌ها متلی بین خود دارند که می‌گویند: "در برابر وسوسه‌ی توضیح دادن مقاومت کن." نمی‌خواهیم به خودمان رحمت بدهیم تا به شما ثابت کنیم چرا این گفته صدق می‌کند. اما این گفته صحت دارد. درباره‌ی دنیای داستانی، کمترین توضیح ممکن را ارائه کنید.

✓ **تفصیل درون‌مایه:** خواننده باهوش است و لازم نیست مفاهیم عمیق رمان‌تان برایش توضیح داده شود. توضیح دادن اثر‌تان آن را سطحی جلوه می‌دهد. در برابر وسوسه‌ی توضیح دادن تا آخرین دم ایستادگی کنید!

برای نکته‌های مفید بیشتر درباره‌ی ویرایش بخش‌های تمرینی، فصل‌های مربوط به توصیف و شرح را از کتاب *Revision and Editing* نوشته‌ی James Scott Bell (انتشارات Digest) مطالعه کنید.



بخش ۴

به چاپ رساندن

موج پنجم

ریچ تنانت



”خیالم از بابت فروش کتابم راحته. یک نماینده‌ی ادبی، یک مدیر برنامه و یک وکیل استخدام کردم: آرایشگر، تعمیرکار ماشینم و صاحب خشک‌شویی محل!”

در این بخش....

شاید بعضی از افراد از اینکه رمان نویسان فوق العاده‌ای هستند، اما هیچ اثری از آن‌ها چاپ نشده، راضی باشند. اما اکثر نویسندگان به خاطر چاپ اثرشان نویسنده می‌شوند. در این قسمت به نکات لازم برای چاپ آثار نگاهی می‌اندازیم، که از جمله‌ی آن‌ها می‌توان به این موارد اشاره کرد: اطلاعاتی درباره‌ی پاک‌نویس کردن دست‌نوشته، آماده کردن طرح پیشنهادی، پیدا کردن نماینده‌ی ادبی و فروختن رمان به یک ناشر (با کمک نماینده‌ی ادبی یا بدون کمک او).

کسب آمادگی برای چاپ اثر: پرداخت و ارائه

در این فصل

- ◀ پرداخت دست‌نوشته
- ◀ مرتفع کردن مشکلات حقوقی احتمالی
- ◀ انتخاب بین نشر سنتی یا شخصی
- ◀ نوشتن پیش‌طرح
- ◀ ارسال اطلاعات بیشتر، طرح پیشنهادی

رمانی خوب به فروش می‌رسد که نوشتاری عالی داشته باشد. به همین دلیل در این کتاب کوشیده‌ایم فن نویسندگی شما را بهبود بخشیم؛ چرا که ۹۰ درصد موفقیت بازاریابی یک اثر توسط کیفیت خوب آن تضمین می‌شود.

پیش از آنکه بخواهید با نماینده‌های ادبی یا دبیر انتخاب کتاب تماس بگیرید، باید مطمئن شوید دست‌نوشته‌ای که آماده کرده‌اید تا حد امکان بی‌نقص است. در بازارهای رقابتی عصر حاضر “بد نبودن” کافی نیست. دست‌نوشته‌ی شما پس از اتمام و ویرایش، همچنان به پرداخت نهایی نیازمند است. در این فصل نکاتی درباره‌ی پرداخت نهایی اثر به شما خواهیم آموخت.

وقتی دست‌نوشته‌تان کاملاً آماده‌ی ارائه شد، یک تصمیم مهم باقی می‌ماند: آیا می‌خواهید رمان خود را به نشران سنتی بفروشید یا می‌خواهید گزینه‌های دیگری را امتحان کنید؟ با پیشرفت فناوری‌های جدید، گزینه‌های بیشتری هم پیش رویتان است. اصلاً آیا در این دوره و رمانه، رفتن نزد ناشران سنتی کار عاقلانه‌ای است؟ سستی دارد اما باز هم در اکثر مواقع پاسخ این سؤال مثبت است. در این فصل درباره‌ی گزینه‌های “وسوسه برانگیز دیگر” هم صحبت می‌کنیم و برایتان توضیح می‌دهیم که چه زمانی برای انتخاب آن‌ها مناسب‌تر است و چرا.

اگر تصمیم بگیرید که با یک ناشر سنتی کار کنید، اولین کاری که باید برای فروش رمان‌تان انجام دهید نوشتن پیش‌طرح یا طرح پیشنهادی است. پیش‌طرح یک نامه‌ی

مختصر و مفید است که در وهله‌ی اول برای جلب توجه نماینده‌ی ادبی و در مرحله‌ی بعد جهت جلب نظر دبیر انتخاب کتاب نوشته می‌شود. طرح پیشنهادی شبیه پیش‌طرح است، با این تفاوت که اطلاعات ارائه شده در آن خیلی بیشتر است. نوشتن پیش‌طرح یا طرح پیشنهادی دشوار نیست. ما در این فصل اصول و مبانی نوشتن این دو را توضیح خواهیم داد. شما کاملاً آرا دارید که از خودتان خلایق نشان دهید، اما در عین حال - اگر نمی‌خواهید بلافاصله دسب رد به سیه‌تان برسند - باید از خطاهای خاصی دوری کنید.

اگر به دنبال اطلاعات دقیقی درباره‌ی نحوه‌ی برخورد با نماینده‌های ادبی و ناشران هستید، توصیه می‌کنیم کتاب *Getting Your Book Published For Dummies* (انتشارات وایلی) را مطالعه کنید. در فصل ۱۷ بیشتر درباره‌ی رویارویی با نماینده‌ها و ناشران صحبت خواهیم کرد. بنابراین در طول این فصل، صرفاً اطلاعات پایه‌ای لازم برای انجام اقدامات اولیه را در اختیارتان می‌گذاریم.

پرداخت دست‌نوشته‌ی شما

فرایند آماده‌سازی یک رمان برای نشر معمولاً به شکل زیر پیش می‌رود:

۱. پیش‌نویس اولیه را با استفاده از الگوی نوشتاری‌ای که برایتان مناسب‌تر است بنویسید. (فصل ۴ چند الگوی نوشتاری خلاق را به اختصار توضیح می‌دهد. فصل‌های ۶ تا ۱۱ نیز توضیحاتی درباره‌ی جنبه‌های گوناگون نوشتن پیش‌نویس اولیه ارائه می‌دهند.)

۲. دست‌نوشته را حداقل یک‌بار و اگر می‌توانید چندبار، ویرایش کنید. (در فصل‌های ۱۲ تا ۱۵ یک شیوه‌ی ویرایش دست‌نوشته را همراه با چند ابزار تحلیلی به شما معرفی کرده‌ایم.)

۳. از یک نویسنده‌ی حرفه‌ای، نماینده‌ی ادبی، ویراستار، یا فرد دیگری که در امر نشر فعالیت می‌کند بخواهید درباره‌ی اثرتان به شما بازخورد بدهد. (این کار را به اقوام یا دوستانی که از نویسندگی سر رشته ندارند نسپارید؛ این افراد به قدری با شما رو درباستی دارند که نمی‌توانند از پس انتقاد بی‌رحمانه‌ای که لازم دارید بآیند.) از این بازخورد در ویرایش دست‌نوشته‌تان کمک بگیرید.

۴. دست‌نوشته‌ی نهایی را نمونه‌خوانی کنید، یا از یک نمونه‌خوان حرفه‌ای بخواهید این کار را برایتان انجام دهد. این کار هرگونه غلط املائی یا ایراد دستوری باقی‌مانده را از نوشتارتان می‌زداید.

آیا شما قادرید دست‌نوشته‌ی خود را طوری پرداخت کنید که بی‌عیب و نقص جلوه

کنند؟ به، امکانش هست. ما شاهد چنین مواردی بوده‌ایم. خودمان هم از پس این کار برآمده‌ایم. اما اکثر نویسندگان آثار خود را تا جایی که می‌توانند ویرایش می‌کنند و بعد نظر کس دیگری را درباره‌ی آن جویا می‌شوند. ما فرص را بر این می‌گذاریم که شما مراحل ۱ و ۲ را انجام داده‌اید و آماده‌اید که به سراغ مراحل ۳ و ۴ بروید (و نظر فرد با کفایتی را جویا شوید)، در این قسمت به نظرات شما می‌پردازیم.

متحد شدن با رفقای منتقد

رفقای منتقد، نویسندگانی هستند که با هم رابطه‌ی دوستانه دارند و آثار یکدیگر را به صورت افتخاری نقد می‌کنند. آن‌ها برای انجام این کار، معمولاً چند فصل نمونه را برای هم می‌فرستند و به نقدشان می‌پردازند. بهترین رفیق منتقد کسی است که عاشق ژانر داستانی شما باشد و شما - و کاری که سعی می‌کنید انجام دهید - را به خوبی درک کند. چنین کسی شما را آن قدر درک می‌کند که می‌داند بهترین راه همکاری با شما چیست. اگر حساس باشید و غرورتان خیلی زود جریحه‌دار شود، رفیق منتقدتان باید بداند که ابتدا از نقاط قوت کارتان تعریف کند و بعد نظرات سازنده‌ی خود را درباره‌ی نقاط ضعفتان چاشنی حرف‌هایش سازد. اگر پوست کلفت و سرسخت هستید، رفیق منتقدتان باید بلد باشد چطور سپر دفاعی‌تان را بشکافد و کاری کند تا نکاتی را که به تصحیح نیاز دارند، ببینید.

رفقی منتقد را از کجا می‌توان پیدا کرد؟ هر جا که بشود! رندی با بیشتر رفقای منتقدش در همایش‌های ادبی آشنا شده است؛ آن هم زمانی که در جستجویشان نبود. شما ممکن است رفیق منتقدتان را در کلاس‌های نویسندگی، حلقه‌های نقد، گروه‌های آن‌لاین نویسندگی و یا حتی در قسمت غذاهای نیمه‌آماده‌ی خوار و بار فروشی پیدا کنید. تا زمانی که شما و رفیق منتقدتان بر سر همکاری با هم تفاهم داشته باشید، اینکه کجا با آن‌ها آشنا شوید مهم نیست.



رفقای منتقد تا ابد با شما نخواهند بود. ممکن است شما از آن‌ها پیشی بگیرید یا بیشتر از آن‌ها دوام بیاورید؛ شاید هم نسبت به آن‌ها بیشتر عمر کنید. نکته‌ی مهم این است که شما باید برای یکدیگر مفید باشید. مادامی که هر دو طرف از این رابطه‌ی حرفه‌ای راضی باشند، ادامه‌ی آن میسر است. اما اگر خللی در آن ایجاد شد، بگذارید خاتمه یابد.

پیوستن به حلقه‌ی منتقدان

حلقه‌ی منتقدان گروهی از نویسندگانی هستند که طی ملاقات‌های دوره‌ای به نقد آثار یکدیگر می‌پردازند. می‌توانید ملاقات شخصی داشته باشید یا از طریق اینترنت با هم تماس بگیرید؛ هر کدام که برایتان راحت‌تر است. اکثر حلقه‌های منتقدان حداقل ماهی یک مرتبه دور هم جمع می‌شوند و این می‌تواند کمی دشوار باشد. بعضی از گروه‌ها هم

دیدارهای پراکنده‌ای دارند.

کیفیت نقدهایی که روی آثارتان انجام می‌شود متفاوت خواهد بود. تازه کارهای گروه ممکن است مهارت کافی برای انجام نقدهای خوب را نداشته باشند. اما اگر برای آموزش آن‌ها وقت بگذارید، نحوه‌ی کار را از شما یاد خواهند گرفت. بهتر است نویسنده‌ای بین‌تان باشد که اثرش چاپ شده است و فوت و فن کار را به خوبی می‌داند. چنین کسی می‌تواند سایرین را راهنمایی کند و اگر یکی از اعضا اظهار فضلی بی‌پایه کرد به او تذکر بدهد. اما وجود این فرد از شروط لازم نیست.

هرچه ثبات در حلقه‌ی منتقدان نوعی نقطه ضعف باشد، تنوع به همان اندازه نقطه‌ی قوت آن به‌شمار می‌آید. گروهی که بین پنج تا ده عضو داشته باشد طیف گسترده‌ای از عقاید را در خود جای خواهد داد. شما باید تون قضاوت خود را تقویت کنید تا بتوانید تشخیص دهید که کدام عقاید را قبول دارید. اما گاهی خام‌ترین منتقد هم ممکن است بتواند به زیبایی شما را سر جای خودتان بنشانند؛ پس هیچ‌وقت به عقاید هیچ‌کس انگ بی‌مصرفی نزنید.



می‌پرسید از کجا می‌توانید یک حلقه‌ی منتقدان پیدا کنید؟ یکی از راه‌های متداول این است که عضو سازمان یا مؤسسه‌ای شوید که یکی دو حلقه‌ی منتقدان در آن وجود دارد تا بتوانید به عضویت‌شان درآید. اگر در محل زندگی‌تان مرکز ادبی یا باشگاه نویسندگی‌ای وجود داشته باشد، ممکن است بتوانید گروهی از منتقدان را در آن‌ها پیدا کنید. همچنین، دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی هم گاهی چنین گروه‌هایی را راه‌اندازی می‌کنند. می‌توانید نگاهی به نیازمندی‌ها (www.craigslist.org) بیندازید. اگر تعداد مناسبی از دوستان‌تان نویسنده هستند یا دوست دارند نویسنده شوند، می‌توانید حلقه‌ی منتقدان خودتان را شکل دهید. در گروه باید حداقل یک نفر با توان مدیریتی بالا حاضر باشد تا اداره‌ی امور را بر عهده بگیرد.

حلقه‌ی منتقدان تا ابد پایدار نمی‌ماند، اما ممکن است عمر درازی داشته باشد. رندی به مدت هشت سال عضو یک گروه بود و در آنجا از یک نویسنده‌ی سال اولی به یک نویسنده‌ی سال سومی تبدیل شد. (در فصل ۱ درباره‌ی چهار مرحله‌ای که نویسنده در مسیر رسیدن به نشر از آن‌ها عبور می‌کند صحبت کرده‌ایم.)



همکاری با ویراستار کارمزدی

هر نویسنده به یک مشاور ادبی نیاز دارد؛ کسی که بتواند به نقد و بررسی شخصیت‌ها، ساختار، پی‌رنگ و درون‌مایه کمک کند. هرچقدر سابقه‌ی کاری‌تان در امر نشر بیشتر باشد، بیشتر بر این موضوع صحه خواهید گذاشت. وقتی انتشاراتی کتاب شما را خریداری می‌کند، آن را به فردی می‌دهد که در اعمال اصلاحات ساختاری به شما کمک خواهد

کرد. مشاور ادبی کار شما را تصحیح نمی‌کند. او به شما می‌گوید که چرا فکر می‌کند کارتان باید تصحیح شود و بازسازی و بازنویسی را به عهده‌ی خودتان می‌گذارد تا با سبک نوشتاری منحصر به فردتان این کار را انجام دهید.

کار مشاور ادبی با ویراستار ادبی فرق دارد. ویراستار ادبی به حل مشکلات موجود در سبک و نگارش می‌پردازد و اطمینان حاصل می‌کند که متن شما واضح، صحیح، موجز، قابل فهم و باثبات است.

ممکن است احساس کنید که لازم است پیش از اقدام برای فروختن داستان‌تان آن را از لحاظ ادبی و حرفه‌ای ویرایش کنید. اگر چنین حسی دارید، احتمالاً باید این کار را انجام دهید (حتی اگر چنین حسی هم ندارید، ممکن است باز هم مجبور باشید به این کار تن دهید). زندگی اولین رمانش را بدون کمک ویراستار کرمزدی به چاپ رساند. اما دو کتاب بعدی‌اش را به صورت مشترک با نویسنده‌ای دیگر نوشت و متوجه شد - پیش از ارائه‌ی اثر برای چاپ - حضور کسی با دیدگاهی انتقادی می‌تواند بسیار ارزشمند باشد. کمی بعد، او همکاری‌اش را با یک ویراستار کرمزدی آغاز کرد. زندگی فکر نمی‌کند که دوباره بخواهد نوشتن رمان را بدون وجود چنین ویراستاری تجربه کند.



ویراستار کرمزدی را از کجا باید پیدا کرد؟ می‌توانید در اینترنت جستجو کنید و اطلاعات تماس بسیاری از آن‌ها را از این طریق پیدا کنید (اگر ویراستار خود را از این راه پیدا می‌کنید، حتماً سوبق او را بررسی کنید یا از او معرفی‌نامه بگیرید و پیش از امضای قرارداد، همه جوانب را به خوبی بسنجید). اگر عضو یک سازمان نویسندگی هستید - مثلاً نویسندگان آمریکایی رمان‌های عاشقانه (RWA) یا نویسندگان آمریکایی رمان‌های رمزآلود (MWA) - تعداد زیادی ویراستار بین اعضای سازمان خواهید یافت. بسیاری از رمان‌نویسان توانمند به صورت پاره‌وقت به عنوان ویراستار کرمزدی فعالیت می‌کنند. شاید بتوانید از یکی از دوستان نویسنده‌ی خود تقاضا کنید شما را به یک ویراستار معرفی کند. شاید هم در یک همایش ادبی با چنین کسی آشنا شوید. دپارتمان‌های ادبیات یا خبرنگاری بسیاری از دانشگاه‌ها نیز برای ویراستاران کرمزدی آگهی می‌زنند.



اگر تصمیم دارید یک ویراستار کرمزدی استخدام کنید، موارد زیر را در نظر بگیرید:

✓ دنبال کسی بگردید که عاشق داستان است، ژانر یا گونه‌ی داستانی شما را درک می‌کند و شما و نوشتارتان را می‌فهمد.

✓ دنبال کسی باشید که میزان حساسیت شما به انتقادات را بداند و بتواند تندری زبان خود را با توجه به سپر دفاعی شما تنظیم کند تا ضمن ابراز نظراتش، شوق نوشتن را در شما خفه نکند.

✓ به ویراستار کرمزدی بگویید انتظار چه کاری را دارید. اگر فقط به تحلیلی از

ساختار داستان‌تان نیاز دارید، به او بگویید، اگر فکر می‌کنید شخصیت‌هایتان توجه بیشتری می‌طلبند، این موضوع را با او در میان بگذارید. اگر به تحلیل کاملی از کل داستان نیاز دارید، به او بگویید. رئیس، شما هستید. بنابراین شما تصمیم می‌گیرید که ویراستار قرار است چه نوع کاری برایتان انجام دهد.

✓ حتماً پیش از شروع همکاری، نرخ کاری ویراستار را از او بپرسید و تعداد ساعاتی را که او صرف ارزیابی اثر شما خواهد کرد، تخمین بزنید. در ضمن از قبل مشخص کنید که از این ارزیابی انتظار چه نتیجه‌ای دارید. آیا فقط می‌خواهید به تغییراتی که باید بدهید اشاره شود یا می‌خواهید ویراستار خودش دست به کار شود و تغییرات لازم را در دست‌نوشته‌ی شما ایجاد کند؟

✓ از ویراستار تقاضای معرفی‌نامه کنید و سپس خودتان را با نویسنده‌ی معرفی‌نامه (ها) مقایسه کنید. ویراستار کارمزدی فقط از کسانی معرفی‌نامه می‌گیرد که کارش را قبول دارند. بنابراین باید ببینید که چقدر احتمال دارد همکاری‌اش با شما به خوبی همکاری‌اش با دیگر مشتریانش باشد.

یک ویراستار کارمزدی خوب می‌تواند شما را به سمتی سوق دهد که هرگز امکان نداشت به تنهایی به آنجا برسید. اما یک ویراستار کارمزدی بد صرفاً پول شما را هدر می‌دهد.

استخدام نمونه‌خوان کارمزدی

بعضی از نویسندگان به نمونه‌خوان نیاز دارند. نمونه‌خوان کسی است که ایرادهای مربوط به علائم نگارشی، زبانی، دستوری و املائی را پیدا و تصحیح می‌کند. شاید حس کرده باشید که این جنبه‌های فنی کار از دیدتان پنهان می‌ماند، این باعث نمی‌شود که شما نویسنده‌ی بدی تلقی شوید. بسیاری از نویسندگان بزرگ از آموختن چنین مهارت‌هایی عاجز بوده‌اند. اگر گروه یا رفیق منتقدتان مدام چنین غلط‌هایی در کارتان پیدا می‌کند، ممکن است لازم باشد یک نمونه‌خوان حرفه‌ای استخدام کنید تا پیش از ارائه‌ی دست‌نوشته‌تان برای فروش آن را غلطگیری کند.

این به منزله‌ی پذیرفتن شکست معنوی یا فکری نیست؛ صرفاً پذیرفتن ایرادات فنی است. شمار قابل توجهی از رمان‌نویسان حرفه‌ای متناوباً برای رفع ایرادهای جزئی آثارشان نمونه‌خوان استخدام می‌کنند.

کار نمونه‌خوان این نیست که نوشتار شما را تغییر دهد. او به تحلیل ساختار داستانی، شخصیت‌ها یا درون‌مایه‌ی اثر نمی‌پردازد. نمونه‌خوان فقط به اصلاح آن ویرگول‌های اعصاب‌خردکن، غلط‌های املائی و ایرادهای نحوی می‌پردازد. اگر به نمونه‌خوان نیاز دارید، یک نفر را استخدام کنید. نمونه‌خوان را می‌توانید در همان جایی جستجو کنید که

ویراستار کارمردی را ز آنجا پیدا کردید (در قسمت بالا چند راه به شما پیشنهاد کردیم)؛ در اینترنت، در سازمان‌های نویسندگی، از طریق دوستان و آشنایان، در همایش‌های ادبی یا دانشگاه‌ها. از نمونه‌خوان معرفی‌نامه بخواهید و اگر از عهده‌ی دستمزد او برمی‌آیید استخدامش کنید.

به‌عنوان آخرین نکته باید بگوییم که نمونه‌خوانی می‌بایست پس از ویرایش دست‌نوشته انجام شود، زیرا ویرایش یعنی تغییرات ساختاری، و اعمال چنین تغییراتی با بازنویسی قسمت‌های زیادی از متن همراه است. اگر ویرایش را پس از نمونه‌خوانی انجام دهید احتمالاً ایرادات جدیدی در نوشتار تان ایجاد می‌کنید که باعث می‌شود کار دوباره به نمونه‌خوانی بکشد.

نگاهی به سه سؤال حقوقی رایج

حالا دست‌نوشته‌ی شما ویرایش و پرداخت شده و آماده‌ی چاپ است. پیش از اینکه تصمیم بگیرید می‌خواهید از کدام فرایند نشر استفاده کنید (در قسمت بعد در این مورد توضیح می‌دهیم) کمی تأمل کنید و حتماً چند مورد حقوقی را که گاهی برای نویسندگان پیش می‌آید مورد بررسی قرار دهید. این موارد باید پیش از شروع کار با نماینده‌ی ادبی، ویراستار، یا مؤسسات نشر مرتفع شوند.

هشدار: ما وکیل نیستیم و مطالب این کتاب هم نباید مشاوره‌ی حقوقی تلقی شود. برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی قراردادهای و مسائل حقوقی مربوط به امر نشر کتاب، با یک وکیل تماس بگیرید و یا کتاب *Getting Your Book Published For Dummies* (انتشارات وایلی) را مطالعه کنید. با تمام این‌ها، مایل ایم به تعدادی از سؤالات رایج مربوط به مسائل حقوقی پاسخ دهیم. در ادامه بهترین برداشت خودمان را از چنین مسائلی عنوان کرده‌ایم:

✓ آیا باید پیش از ارائه‌ی کتاب به نماینده یا ویراستار، آن را مشمول قانون حق تکثیر (Copyright) کنید تا از دزدیده شدن اثرتان توسط آن‌ها جلوگیری شود؟
خیر. طبق قانون حق تکثیر در آمریکا هر اثر به‌محض نوشته شدن به‌صورت خودکار مشمول این قانون می‌شود و نیازی نیست نویسنده با ثبت جداگانه‌ی آن، از آن محافظت کند. انجام چنین کاری مثل این است که با صدای بلند به همه‌ی دنیا بگویید: "من آدم تازه‌کاری هستم که می‌خواهم با شما همکاری حرفه‌ای داشته باشم، اما از اینکه شما کتابم را نمی‌دزدید مطمئن بیستم." پس از انتشار کتاب، معمولاً ناشر هزینه‌ی ثبت قانونی کتاب به نام شما را تقبل خواهد کرد.

✓ آیا اجازه دارید رمان خود را بر اساس آدم‌ها و موقعیت‌های واقعی بنویسید؟
بستگی دارد و اگر در رابطه با موضوعی که می‌خواهید بنویسید تردیدی دارید،



بهتر است با یک وکیل یا مشاور حقوقی مشورت کنید. افترا یعنی ادعای کذبی که چاپ یا (از رسانه‌ها) پخش می‌شود و به شهرت کسی لطمه وارد می‌کند. به افرادی که در قید حیات نیستند نمی‌شود افترا زد. بیان حقیقت درباره‌ی اشخاص مشهور افترا به حساب نمی‌آید (اما بهتر است بتوانید صحت گفته‌هایتان را اثبات کنید). اگر حقیقتی را درباره‌ی فرد زنده‌ای بگویید که مشهور نیست، گفته‌هایتان افترا محسوب نمی‌شود. اما چنین کاری می‌تواند به منزله‌ی تجاوز به حریم خصوصی افراد باشد و ممکن است آن‌ها از شما شکایت کنند. در ضمن اقوام فردی که در گذشته است می‌توانند به اتهام تجاوز به حریم خصوصی‌شان از شما شکایت کنند.

اگر اصرار دارید درباره‌ی افرادی بنویسید که مشهور نیستند، بهتر است هر چیزی را که می‌توانید تغییر دهید؛ اسامی، تاریخ‌ها، جنسیت افراد، اصالت قومی یا دیگر موارد خاصی که نشان می‌دهند شخصیت‌تان را از چه کسی الهام گرفته‌اید. البته می‌توانید از افراد احازه هم بگیرید. اگر شخصیت داستانی را بر اساس یک فرد حقیقی بنویسید (کسی مثل خودتان یا نزدیکان‌تان) ممکن است شخصیتی که خلق می‌کنید به قدری ایده‌آل باشد که غیرواقعی به نظر رسد.

✓ آیا می‌توانید از کتاب‌ها، مقالات موجود در روزنامه‌ها و مجلات یا متن ترانه‌ها نقل قول کنید؟ این مورد کمی پیچیده است. اصطلاح استفاده‌ی منصفانه توضیح می‌دهد که نقل قول از منابع محافظت شده توسط قانون حق تکثیر تا چه حد می‌تواند بی‌شکال باشد. این موضوع به چند عامل بستگی دارد که موارد زیر از جمله‌ی آن‌ها هستند: میزان استفاده از نقل قول، مقدار مطلب نقل شده از نسخه‌ی اصلی، تأثیر اقتصادی نقل قول بر منبع و غیره. نقل قول، امر پیچیده‌ای است و بهترین راه این است که برای آن مجوز بگیرید یا در موردش با یک کارشناس حقوقی مشورت کنید. نقل قول از متن ترانه‌ها اغلب دشوارتر است و معمولاً برای این کار باید هزینه پرداخت کنید. نقل قول از مطالبی که در محدوده‌ی مالکیت عمومی قرار دارند بلامانع است (مطالبی که یا به قدری قدیمی‌اند که مشمول قانون حق تکثیر نمی‌شوند و یا از ابتدا - توسط نویسنده - در محدوده‌ی مالکیت عمومی انتشار یافته‌اند). با تمام این‌ها همچنان باید منبع اصلی مطلبی را که از محدوده‌ی مالکیت عمومی نقل می‌کنید ذکر کنید، تا به دزدی ادبی متهم نشوید.

اگر درباره‌ی هر مسئله‌ی حقوقی دیگری تردید دارید، با یک کارشناس حقوقی مشورت کنید.



نشر سنتی یا شخصی؟

در گذشته، نویسنده دست‌نوشته را آماده می‌کرد، آن را با پست برای ناشر می‌فرستاد و به خدا توکل می‌کرد. اما این روزها گزینه‌های دیگری هم وجود دارند. در ادامه این گزینه‌ها را برایتان توضیح می‌دهیم:

درک ساختار کاری نشر سنتی

ناشرانی که برای نویسنده حق‌التألیف در نظر می‌گیرند، تمام خطرات احتمالی کار را متحمل می‌شوند و از سوی دیگر عمده‌ی سود حاصل از کتاب را نیز به خود اختصاص می‌دهند. این فرایند به‌طور خلاصه به‌شکل زیر اتفاق می‌افتد:

۱. نویسنده دست‌نوشته‌ی خود را کامل می‌کند (اگر آثارش قبلاً چاپ شده باشند و در زمینه‌ی تحویل به‌موقع کار سابقه‌ی خوبی داشته باشد، می‌تواند در این مرحله آن بخش از کتب را که آماده است تحویل دهد و بقیه را در موعد مقرر تسلیم ناشر کند)، سپس پیش‌طرح یا طرح پیشنهادی خود را تنظیم و برای نماینده‌ی ادبی ارسال می‌کند.

اگر نماینده‌ی ادبی حاضر باشد با شما کار کند و پیگیری‌های انتشار کتاب‌تان را عهده‌دار شود، با ویراستاران دبیر انتخاب کتاب در چند انتشارات مختلف تماس می‌گیرد. اگر هم دوست نداشته باشید با نماینده‌ی ادبی کار کنید، کارتان را، برای بررسی، مستقیماً به دبیر انتخاب کتاب ارائه می‌دهید. (در ادامه‌ی این فصل درباره‌ی نحوه‌ی نوشتن پیش‌طرح یا طرح پیشنهادی توضیح می‌دهیم.)

۲. دبیر انتخاب کتاب اثرتان را بررسی می‌کند. سپس تصمیم می‌گیرد که آیا کتاب شما قابل چاپ است و آیا در صورت چاپ، فروش آن برای انتشارات سودآور خواهد بود یا خیر. کار ناشر این نیست که تلاش کند آرزوی شما برای چاپ اثرتان به حقیقت بپیوندد. ناشر می‌خواهد از کار خود پول در بیاورد. اگر حس کند که چاپ اثر شما برایش پول‌ساز نیست، صرفاً در این راستا تلاشی نمی‌کند.

ناشران به‌طور میانگین انتظار دارند هر کتاب (حداقل) فروشی معادل هشت هزار نسخه طی سه سال داشته باشد تا آن‌ها بتوانند از عهده‌ی هزینه‌های چاپ برآیند و به سوددهی برسند (حداقل رقمی که اکثر چاپخانه‌ها در نظر می‌گیرند نیز شش تا هشت هزار نسخه است). البته بدیهی است که هرچه انتشارات عظیم‌تر باشد، شمارگان کتابی که باید در آن سه سال چاپ کند و به فروش برساند بیشتر است. اما اکثر انتشاراتی‌ها اسم و رسم آنچنانی ندارند.

دبیر انتخاب کتاب اغلب باید برای چاپ یک کتاب بطور مثبت کمیته‌ی نشر را هم

جذب کند. افرادی که معمولاً در کمیته‌ی نشر حضور دارند عبارتند از: مسئولان اجرایی انتشارات، مدیر بازاریابی، مدیر فروش، سردبیر و سایر ویراستاران.

۳. اگر ناشر تصمیم بگیرد دست‌نوشته‌ی شما را چاپ کند، سردبیر با نماینده‌ی ادبی‌تان تماس می‌گیرد (اگر نماینده نداشته باشید، با خودتان تماس می‌گیرد) و پیشنهاد همکاری می‌دهد.

پیشنهاد همکاری با یک قرارداد کتی مفصل همراه است که تمام جزئیات تفاهم بین طرفین در آن ذکر شده است. ناشر درصد فروش خاصی را به شما پیشنهاد می‌دهد (منظور درصدی از فروش هر جلد کتاب است). معمولاً ناشر پیش‌پرداختی هم به نویسنده پیشنهاد خواهد داد که مقدار آن از درصد فروش نهایی کسر خواهد شد. پیش‌پرداخت مبلغ ثانوی است که ناشر پیش از کسب هرگونه درآمدی از کتاب، به نویسنده می‌پردازد.

اگر درصد فروش معقول به شما به اندازه‌ی پیش‌پرداختی که دریافت کرده‌اید نرسد، ناشر مابه‌التفاوت آن را از شما پس نخواهد گرفت. بنابراین ناشر با پیشنهاد پیش‌پرداخت و تقبل حق‌الزحمه‌ی ویراستاران، تیم بازاریابی، نیروهای فروش و چاپخانه خطر می‌کند و احتمال ضرر کردن را در نظر می‌گیرد.

۴. شما یا نماینده‌ی ادبی‌تان درباره‌ی مفاد قرارداد با ناشر رایزنی می‌کنید تا تفاهمی حاصل شود که هر دو طرف از آن راضی باشند.

پس قرارداد را امضا می‌کنید و در فرایند تکمیل، ویرایش، چاپ و عرضه و تبلیغ کتاب با نشر همکاری می‌کنید. نماینده‌ی ادبی شما درصد ثابتی از هر مبلغی که ناشر به شما پرداخت کند را به خود اختصاص خواهد داد (که معمولاً ۱۵ درصد است، اما ممکن است درصدهای متفاوت دیگری هم وجود داشته باشد).

تدابیر بالا مشخصاً برای شمای نویسنده خطر چندانی به همراه ندارند. فقط ناشر است که سرمایه‌ی خود را درگیر کار می‌کند. شما از وقت و توان خود مایه می‌گذارید، اما هیچ هزینه‌ی نمی‌کنید. اگر انتشار کتاب با شکست مواجه شود، تنها چیزی که شما از دست داده‌اید وقت و انرژی‌تان است.

درآمدی که از انتشار سستی کتاب خود به دست می‌آورید، بخش کوچکی از فروش کلی آن است. در این فرایند ناشر بیشتر از هرکسی خطر می‌کند و به همین دلیل بیشترین سهم را نیز از سود حاصل خواهد داشت. ناشر خدمات ویراستری و طراحی جلد را فراهم می‌کند و هزینه‌های بازاریابی، فروش، تولید و تبلیغات را نیز تقبل می‌کند. در این میان از شما انتظار می‌رود در تبلیغات همکاری کنید، اما کسی از شما نمی‌خواهد که برای آن هزینه کنید (البته اگر فکر می‌کنید این کار برایتان مفید است، می‌توانید انجامش دهید).



درک ساختار کاری نشر شخصی



طبعاً مجبور هستید با یک ناشر سستی کار کنید و از او درصد فروش بگیرید. ممکن است از خود پرسید که چرا باید کاری را که بهتر از هر کس دیگری از عهده‌اش برمی‌آید به دیگری واگذار کنید. می‌توانید یک ویراستار کارمزدی استخدام کنید تا کمک‌تان کند از دست‌نوشته‌تان یک شاهکار پرداخت شده بسازید. می‌توانید یک طراح گرافیک استخدام کنید تا طراحی جلد و صفحات را انجام دهد. می‌توانید حروف‌چین، مسئول چاپ، انباردار، کارشناس بازاریابی و مسئول تبلیغات استخدام کنید و کسی را هم به عنوان مسئول رسیدگی به توزیع کنده‌ها به خدمت بگیرید.

اگر مهارت‌های لازم را داشته باشید، حتی می‌توانید بعضی (یا تمام) کارهای بالا را خودتان بر عهده بگیرید. کسی به شما پیش‌پرداخت نمی‌دهد، اما تمام سود حاصل از کتاب - که ممکن است مبلغ قابل توجهی هم باشد - به خودتان تعلق می‌گیرد.

در طول چند دهه‌ی گذشته، فناوری کامپیوتری به صنعت نشر هجوم آورده و تعداد زیادی از نویسندگان کوشیده‌اند کتاب خود را به صورت شخصی به چاپ برسانند و ناشر خود باشند. شماری از این نویسندگان موفقیت‌های چشمگیری از چاپ کتاب‌هایشان به دست آورده‌اند. اما دقت کنید که اکثر کتاب‌های موفق که به صورت شخصی به چاپ رسیده‌اند، کتاب‌های غیر داستانی بوده‌اند. کسب موفقیت از طریق چاپ شخصی یک رمان بسیار دشوارتر از این حرف‌هاست.

در نشر شخصی دو گزینه پیش روی شماست. می‌توانید تعداد زیادی کتاب را یکجا چاپ کنید یا با چاپخانه‌ای قرارداد چاپ بنا بر تقاضا ببندید (که در این صورت چاپخانه هر تعداد نسخه‌ای را که بخواهید، در هر زمانی که بگویید برایتان چاپ خواهد کرد). یکجا چاپ کردن چند هزار جلد کتاب هم هزینه‌ی زیادی به همراه دارد و هم باعث زحمت می‌شود. اما هزینه‌ای که بابت چاپ هر جلد کتاب متقبل می‌شوید نسبت به هزینه‌های چاپ بنا بر تقاضا بسیار کمتر است. چاپ بنا بر تقاضا روزبه‌روز محبوبیت بیشتری پیدا می‌کند، زیرا راه نسبتاً کم هزینه‌ای برای منتشر کردن کتاب است.

چیزی که پیچیدگی امر نشر را افزایش می‌دهد پذیرفته شدن کتاب‌های الکترونیکی (ebook) توسط بازار است. کتاب‌های الکترونیکی را می‌توان با هزینه‌ی بسیار اندک تولید و توزیع کرد. آمازون کیندل (Amazon Kindle) و دیگر تبلت‌های الکترونیکی نوید دگرگونی دنیای نشر را ظرف چند سال آینده می‌دهند. امروزه در اکثر قراردادهای نشر، جزئیات حقوقی تولید کتاب الکترونیکی هم ذکر می‌شود. هنوز مشخص نیست که کتاب‌های الکترونیکی در آینده چه کسری از بازار نشر را به خود اختصاص خواهند داد، اما بسیاری از افراد معتقدند این نوع کتاب کم‌کم بخش مهمی از بازار را تصاحب خواهد کرد.

چرا همه‌ی نویسندگان کتاب‌هایشان را به صورت شخصی چاپ نمی‌کنند تا تمام سود حاصل را به خود اختصاص دهند؟ پاسخ این سؤال ساده است: نشر کار پررحمتی است. ویرایش، کارهای گرافیکی، بازاریابی، فروش و تبلیغات، همه مهارت‌های کاملاً تخصصی‌ی هستند که استاد شدن در آن‌ها زمان و زحمت زیادی می‌طلبد. در ضمن، نشر فرایند پرمخاطره‌ای است و چاپ داستان/رمان یکی از پرمخاطره‌ترین بخش‌های این صنعت است. موفقیت اکثر رمان‌ها انتظارت ناشر را برآورده نمی‌کند. این موضوع در عظیم‌ترین مؤسسات انتشاراتی و به خصوص برای ناشران شخصی هم صادق است.



بزرگ‌ترین مشکلی که رمان‌نویس با آن مواجه است دشواری بازاریابی برای رمان است. نویسندگان بسیار کمی بوده‌اند که از نشر شخصی آثار خود موفقیت‌های چشمگیری به دست آورده‌اند. (کلبه، نوشته‌ی ویلیام پاول یانگ، از معدود رمان‌هایی است که به صورت شخصی منتشر شده است. طبق گزارش‌ها این کتاب فقط در دو سال اول انتشار خود بیش از ۶ میلیون نسخه فروش داشته است.) اما اکثر رمان‌هایی که به صورت شخصی منتشر می‌شوند، تنها فروشی بین ده تا چند صد نسخه دارند. این عداد نسخه را هم فقط به دوستان و اقوام و آشنایان می‌توان فروخت.

ما معتقدیم که نشر شخصی گاهی می‌تواند از نظر تجاری گزینه‌ی مناسبی باشد و این در صورتی است که بازاریابی بتواند سکوی پرتاب خوبی برای کتاب فراهم کند. توجه داشته باشید که ساختن سکوی پرتاب توسط بازاریابی، برای کتاب‌های غیر داستانی آسان‌تر است.

یا باید رمان‌تان را به صورت شخصی منتشر کنید؟ اگر یکی از موارد زیر صادق باشند، شاید:

✓ اطمینان دارید که می‌توانید بازار خوبی برای تعداد زیادی از نسخه‌های کتاب خود پیدا کنید.

✓ به شمارگان اندکی برای خود، دوستان و اقوام‌تان نیاز دارید.

✓ می‌خواهید اختیار و مالکیت کارتان و فرایند خلاقیتی که در بطن آن نهفته است، صرفاً متعلق به خودتان باشد.

مراقب ناشران الکی باشید!

شاید در مجلات به آگهی‌هایی برخورد کرده باشید که ادعا می‌کنند می‌توانند بدون اینکه کتاب‌تان را ببینند یا سؤالی درباره‌اش بپرسند آن را منتشر کنند. آیا نا به حال از خود پرسیده‌اید "ناشری" که نمی‌داند کتاب شما به درد می‌خورد یا نه، چگونه قرار است پول در بیاورد؟

این ناشران خود را به مخاطره نمی‌اندازند؛ این شماست که به خطر می‌افتید. این شما هستید که برای چاپ کتابتان سرمایه‌گذاری می‌کنید. "ناشر" صرفاً کتاب را می‌گیرد و چاپ می‌کند. در بدترین موارد اصلاً کتاب ویرایش نمی‌شود. اگر هم ویرایشی انجام شود، هزینه‌اش را شما پرداخت می‌کنید. ناشر یک طرح جلد آماده می‌کند، اما هزینه‌اش را شما می‌پردازید. پول چاپخانه، کاغذ و انبار را هم شما می‌دهید. در بدترین موارد شما مجبورید نسخه‌های کتاب را از ناشر خریداری کنید (حتی با اینکه قبلاً بابت تهیه‌ی آن‌ها پول داده‌اید). تازه در اکثر موارد، این ناشران برای حمایت از فروش کتاب شما هیچ رحمی نمی‌کشند (به بازاریابی انجام می‌دهند، به فعالیت تبلیغاتی می‌کنند، نه تیم فروش تشکیل می‌دهند و نه با توزیع‌کننده‌ها قرارداد می‌بندند). به این دسته از ناشران اغلب لقب ناشران هرز داده می‌شود (خصوصاً آن‌هایی که حاضرند هرچیزی را، بدون در نظر گرفتن کیفیت آن منتشر کنند)، زیرا خواسته‌ی کسی را که می‌خواهد اثرش به هر قیمتی که شده منتشر شود، لبیک می‌گویند. به این دسته از ناشران، ناشران یارانه‌ای هم می‌گویند. بعضی از ناشران یارانه‌ای نسبت به مطالبی که منتشر می‌کنند بسیار سختگیرند و بادقت به کنترل کیفی آثار می‌پردازند.

کتاب فروشی‌ها معمولاً به ناشران الکی سفارش کتاب نمی‌دهند، زیرا کتاب‌های آن‌ها کنترل کیفی نمی‌شود. کتاب فروشی‌ها کتابی را که نتوانند بفروشند خریداری نمی‌کنند. شما هم اگر کتاب فروشی داشتید، چنین کاری نمی‌کردید.



اگر در اینترنت جستجو کنید به مجادلات بسیاری برمی‌خورید با این موضوع که آیا نشر الکی (یا یارانه‌ای) برای نویسنده مفید است یا حیر. بعضی از نویسندگان معتقدند که این نوع نشر همیشه گزینه‌ی بدی است. دیگران بر این باورند که نشر طیف گسترده‌ای از ناشران را در برمی‌گیرد و بعضی از ناشران یارانه‌ای شایستگی کافی دارند.

آیا باید با یک ناشر الکی یا یارانه‌ای کار کنید؟ اگر می‌خواهید اثرتان را به صورت شخصی منتشر کنید اما ترجیح می‌دهید مراحل تولید را - که ناشران شخصی باید خودشان عهده‌دار شوند - بر عهده‌ی کس دیگری قرار دهید، شاید (در قسمت قبلی به تعدادی از دلایلی که باعث می‌شوند نویسندگان به نشر شخصی روی بیاورد اشاره کرده‌ایم).

اگر دلتان می‌خواهد با یک ناشر الکی یا یارانه‌ای همکاری کنید، جانب احتیاط را رعایت کنید و از آن‌ها سؤالات زیادی بپرسید. حتی شاید بهتر باشد که از افراد حرفه‌ای دست‌اندرکار صنعت نشر درباره‌ی انتشارات مورد نظرتان پرس‌وجو کنید. نویسندگانی که قبلاً آثار خود را چاپ کرده‌اند یا نماینده‌های ادبی و دبیران انتخاب کتابی که برای ناشران سنتی کار می‌کنند، تجربه‌ی زیادی دارند و می‌توانند حرف راست را از ادعای کذب باز شناسند. (این موضوع درباره‌ی انتخاب نماینده‌ی ادبی یا ناشر سنتی هم صدق می‌کند؛ اگر از سوانح نماینده یا ناشر سنتی آگاهی ندارید، در مورد آن‌ها تحقیق کنید).



توصیه‌ی ما

ما بر این باوریم که معمولاً بهترین راه پیش پای نویسنده کار کردن با ناشران سنتی‌ای است که درصد فروش می‌پردازند، خطرات کار را متحمل می‌شوند و زحمت بازاریابی کتاب را بر عهده می‌گیرند. تقریباً تمام رمان‌هایی که به واسطه‌ی ناشران سنتی منتشر می‌شوند ده‌ها تا صدها هزار نسخه فروش می‌کنند. تقریباً تمام رمان‌هایی که به صورت شخصی منتشر می‌شوند ده تا چند صد نسخه می‌فروشند. فکر نمی‌کنیم برای تشخیص گزینه‌ی بهتر نیازی به چرتکه داشته باشید.

اگر تصمیم بگیرید با ناشر سنتی کار کنید، باید ناشری پیدا کنید که او هم مایل به همکاری با شما باشد. اکیداً توصیه می‌کنیم برای فروختن کتاب خود به ناشر، یک نماینده‌ی ادبی استخدام کنید. (در فصل ۱۷ درباره‌ی نماینده‌های ادبی صحبت خواهیم کرد.) این رورها هنوز فروختن رمان بدون کمک نماینده‌های ادبی ممکن است، اما سبب به گذشته سخت‌تر شده است. امروزه اکثر رمان‌هایی که توسط ناشران سنتی پذیرفته می‌شوند، به واسطه‌ی نماینده‌ی ادبی ارائه شده‌اند.

برای استخدام نماینده‌ی ادبی معمولاً باید ابتدا یک پیش‌طرح برای او ارسال کنید. در ادامه در این مورد توضیح می‌دهیم.

اولین تماس: نوشتن پیش‌طرح

وقتی برای اولین بار با یک نماینده‌ی ادبی یا دبیر انتخاب کتاب تماس می‌گیرید، معمولاً باید پیش‌طرح خود را تقدیم آن‌ها کنید؛ پیش‌طرح مقدمه‌ی کوتاهی است که درباره‌ی شما و اثرتان شرح مختصری می‌دهد و می‌پرسد که آیا طرف مقابل مایل است اطلاعات بیشتری دریافت کند یا خیر. (در فصل ۱۷ بیشتر درباره‌ی دبیران انتخاب کتاب و نماینده‌های ادبی توضیح می‌دهیم. همیشه نگاهی به وب‌سایت مؤسسه‌ی ادبی یا انتشارات بیندازید و ببینید ترجیح می‌دهند چطور با آن‌ها تماس گرفته شود. دستورات را موبه‌مو اجرا کنید.) ارائه‌ی همزمان پیش‌طرح به بیش از یک نماینده‌ی ادبی بلامانع است. در واقع ما اکیداً توصیه می‌کنیم که همزمان با چند نماینده تماس بگیرید، زیرا اغلب آن‌ها دیر پاسخ‌تان را خواهند داد.

هدف از نوشتن یک پیش‌طرح این است که نماینده یا دبیر انتخاب کتاب را وادار کنید اطلاعات بیشتری را از شما طلب کند. باید تا جایی که می‌توانید مختصر بنویسید. مسئولان امر نشر اغلب بسیار درگیر هستند و روزانه چندین پیش‌طرح دریافت می‌کنند. هرچه سریع‌تر بتوانند درباره‌ی پیش‌طرح تصمیم بگیرند، بیشتر از شما خوش‌شان می‌آید. اگر هم بخواهند بیشتر بدانند، از شما اطلاعات بیشتری طلب خواهند کرد.

برای شرح دقیق نحوه‌ی نوشتن پیش‌طرح، پیشنهاد می‌کنیم کتاب الکترونیکی *How to Write a Great Query Letter* - به قلم یک نماینده‌ی ادبی به نام نوا لوکمن - را بخوانید. این کتاب در وبسایت amazon.com موجود است.

می‌توانید پیش‌طرح را با پست معمولی یا از طریق ای‌میل ارسال کنید. وبسایت ناشر یا نماینده‌ی ادبی به شما خواهد گفت که آن‌ها کدام را ترجیح می‌دهند. اگر می‌خواهید نسخه‌ی کاغذی پیش‌طرح خود را بفرستید، به این طریق عمل کنید: دو و نیم سانتی متر حاشیه از طرفین کاغذ در نظر بگیرید و متن را به صورت یک فاصله‌ای، با فونت خوانا، استاندارد و با اندازه‌ی ۱۲ بنویسید.

✓ در بالای صفحه یک سربرگ بسازید. سربرگ باید حاوی اطلاعات زیر باشد:

- نام
- آدرس پستی
- شماره تلفن
- آدرس الکترونیک

اندازه‌ی فونتی که نام خود را با آن می‌نویسید می‌تواند کمی بزرگ‌تر از ۱۲ باشد، در حالی که اندازه‌ی فونتی که اطلاعات تماس خود را با آن می‌نویسید می‌تواند از ۱۲ کوچک‌تر باشد.

✓ نامه را خطاب به شخص نماینده یا دبیر انتخاب کتاب بنویسید. نام آن‌ها را درست هجی کنید. اگر نامه را خطاب به دبیر انتخاب کتاب می‌نویسید، خوب است که با شماره تلفن اصلی ناشر تماس بگیرید (به خود دبیر انتخاب کتاب تلفن نکنید) و اطمینان حاصل کنید که ویراستار مورد نظرتان هنوز هم برای آن‌ها کار می‌کند و عنوان کاری‌اش همچنان همان است که شما فکر می‌کنید. ویراستاران محل کار خود را زیاد عوض می‌کنند و مطمئناً شما نمی‌خواهید با کسی تماس بگیرید که ماه‌ها پیش محل کارش را ترک کرده است.

✓ متن نامه را با یک طعمه شروع کنید؛ جمله‌ای که بلافاصله توجه طرف مقابل را به خود جلب می‌کند. اگر با نماینده‌ی ادبی تماس می‌گیرید، طعمه‌ی خوب می‌تواند این باشد که یکی از مشتریان قبلی‌اش او را به شما معرفی کرده است. طعمه می‌تواند نکته‌ی شگفت‌انگیزی درباره‌ی رمان‌تان باشد، یا خط داستانی‌تان، یا موضوع جالب توجهی درباره‌ی خودتان. طعمه را با یکی دو جمله - که آن را کمی بسط می‌دهند - ادامه دهید.

✓ یک‌چهارم اول دست‌نوشته‌تان را در یک بند خلاصه کنید و سؤال داستانی رمان را در انتهای این بند بیاورید. روی نمای کلی کار تمرکز کنید - نه جزئیات

آن - و تا جایی که می‌توانید کوتاه بنویسید. چیزی که می‌نویسید باید تقریباً بسط خط داستانی یک خطی شما باشد (که درباره‌ی آن در فصل‌های ۸ و ۱۳ صحبت کردیم). متن پیش‌طرح را (درست مثل خلاصه‌ی داستانی) با فعل‌های زمان حال بنویسید.

✓ یک بند دیگر بنویسید و در آن از خودتان بگویید. اگر می‌توانید دلیل محکمی بیاورید که ثابت کند از میان همه‌ی آدم‌های ساکن در این کره‌ی خاکی شما بهترین کسی هستید که می‌تواند این رمان را بنویسد، آن دلیل را بنویسید. مثلاً اگر پلیس هستید (یا یک پلیس بازنشسته) و یک داستان رمزآلود با زمینه‌ی عملیات پلیسی نوشته‌اید، شغل شما می‌تواند دلیل بسیار موجهی به‌شمار بیاید. اگر در گذشته رمان یا داستانی کوتاه در یک نشریه‌ی ادبی خوب چاپ کرده‌اید، به این موضوع اشاره کنید.

تسلیم وسوسه‌های خود نشوید! مثلاً نگویید که مادرتان خیلی عاشق داستانی که نوشته‌اید شده است. بنویسید که از وقتی چهار سالان بوده شروع به داسان خواندن کرده‌اید. ویراستار حرف‌هایتان را باور می‌کند، زیرا او تا کنون هزاران پیش‌طرح نوشته شده توسط امثال شما را خوانده است. او می‌خواهد بداند که چه چیزی شما را از نویسندگان دیگر متمایز می‌کند. همان چیز را به او بگویید. سعی نکنید عجیب و غریب و مرموز حلوه کنید. خودتان باشید.

✓ نامه را با درخواست اجازه برای اطلاعات بیشتر به پایان ببرید. جمله‌ای مانند "اگر مایل باشید، می‌توانم چند فصل نمونه، خلاصه‌ی داستان و یا یک طرح پیشنهادی هم برایتان ارسال کنم." می‌تواند گزینه‌ی بسیار خوبی برای پایان بخشیدن به متن نامه باشد.

وقتی پیش‌طرح می‌نویسید، سعی کنید متن، مختصر، واضح و حرفه‌ای باشد و آن را طوری بنویسید که برای دریافت‌کننده‌اش مناسب باشد. نوشتن شانصد هزار عدد پیش‌طرح برای نویسنده‌ها کاری ندارد. بایراین اگر پیش‌طرح می‌نویسید، سعی کنید به آن جنبه‌ی شخصی ببخشید تا نماینده‌ی ادبی بفهمد که شما برای کارتان دلیل دارید؛ آن هم دلیلی غیر از وجود نام او در آگهی‌های روزنامه. دبیر انتخاب کتاب یا نماینده‌ی ادبی به دنبال کوچک‌ترین نشانه‌ای است که ثابت کند شما تکلیفی را که انتشارات برایتان در نظر گرفته درست انجام نداده‌اید. هیچ چیز بیشتر از پیش‌طرحی که علناً معلوم است به‌شکل سرسری برای همه ارسال شده فریاد نمی‌زند: "با من کار نکنید!"

در زیر یک نمونه از پیش‌طرح‌هایی که رندی برای رمان اکسیژن نوشته، آمده است. رندی این رمان را مشترکاً با جان بی. اولسن نگاشته است. البته متنی که در زیر می‌خوانید نسخه‌ی ساده شده‌ی نامه‌ای است که رندی و جان هنگام ارائه‌ی اثرشان به



استیو لاؤب نوشتند:

جناب آقای لاؤب،

رفتن به مریخ آسان ست. مهندسان ناسا از دهه‌ی ۱۹۹۰ فهمیدند که چطور می‌شود بشر را، توسط طرح مأموریتی که دکتر رابرت زوربین رییس انجمن مریخ خلق کرده، به این سیاره‌ی سرخ فرستاد. قسمت سخت کار این است که فضانوردان را زنده به مریخ برسانیم.

اکسیژن، رمان مهیج علمی‌ما، داستانی چهار فضانورد است که، در ژانویه‌ی سال ۲۰۱۴ از کیپ کاناورال، زمین را به مقصد مریخ ترک می‌کنند. کمی پس از پرتاب و اتمام پاشش انژکتوری، انفجاری سبب می‌شود سرنشینان دریابند اکسیژن کافی برای رسیدن به مقصد ندارند و سوخت‌شان هم برای بازگشت به زمین کافی نیست. چیری که به وخامت اوضاع دامن می‌رند این است که ظاهراً یکی از سرنشینان سیستم‌ها را به‌عمد دستکاری کرده است. تنها یک راه برای رسیدن به مریخ باقی می‌ماند: یکی از اعضا باید سه نفر دیگر را با دارو به حالت کما فرو برد. اما اول باید تصمیم بگیرند که چه کسی قابل اعتمادتر است.

سوابق: رندی دکترایش را در رشته‌ی فیزیک از دانشگاه برکلی آمریکا دریافت کرده و جان فارعالتحصیل رشته‌ی بیوشیمی از دانشگاه مَدیس است. هردوی ما عضو انجمن مریخ هستیم و با دکتر رابرت زوربین هم در یکی از همایش‌های اخیر انجمن گفت‌وگو کرده‌ایم. رندی یک رمان سفر زمانی به نام تخلف هم منتشر کرده است.

اجازه هست چند فصل نمونه را به همراه خلاصه‌ی داستان یا طرح پیشنهادی کامل خود تقدیم حضورتان کنیم؟

با احترام

رندی اینگرمسن و جان بی. اولسن

تنظیم طرح پیشنهادی

اگر نماینده‌ی ادبی از پیش طرح شما خوش‌اش بیاید، اطلاعات بیشتری را درخواست خواهد کرد. می‌پرسید چه جور اطلاعاتی؟ بستگی دارد که او چرا به (کار) شما علاقه پیدا کرده است و نیز به اینکه چه اطلاعاتی را لازم می‌داند. همچنین اطلاعات درخواستی نماینده می‌تواند به انتظارات ناشرانی که او ممکن است کتاب شما را نزد آن‌ها ببرد بستگی داشته باشد. موضوع کمی پیچیده است و در ضمن گونه‌ی اطلاعات خاصی وجود ندارد که برای همه‌ی موقعیت‌ها مناسب باشد.

در این قسمت، بیشتر اطلاعاتی را که احتمالاً باید ارسال شود توصیف می‌کنیم. ممکن است بعضی از نماینده‌ها اطلاعات کمتری از شما بخواهند، اما فکر نمی‌کنیم کسی چیزی بیشتر از آنچه ما در این قسمت گنجانده‌ایم انتظار داشته باشد. به سته‌ی اطلاعاتی پیشنهادی طرح پیشنهادی گفته می‌شود؛ طرح پیشنهادی یعنی طرح تجاری رمان شما. در این طرح، فعالیت تجاری مشترکی بین ناشر و نویسنده توصیف می‌شود. تمام اطلاعاتی که نماینده‌ی ادبی بری فروش یک رمان نیاز دارد نیز در طرح پیشنهادی موجود است. همچنین کلیه‌ی داده‌های مورد نیاز دبیر انتخاب کتاب برای تصمیم‌گیری درباره‌ی ایده‌ی یک رمان و عرضه‌ی آن به کمیته‌ی نشر، در طرح پیشنهادی ذکر می‌شود. (در فصل ۱۷ درباره‌ی نماینده‌های ادبی و دبیران انتخاب کتاب بیشتر توضیح داده‌ایم.)

نماینده‌ی ادبی از اطلاعاتی که در اختیارش قرار می‌گیرد به دو منظور استفاده می‌کند:

✓ تصمیم‌گیری برای قبول نمایندگی شما

✓ برای فروختن رمان به ناشر. بعضی از نماینده‌های ادبی قسمتی از اطلاعات دریافتی (یا کل آن) را مستقیماً به دبیر مسئول آن در انتشارات می‌دهند. دیگر نماینده‌ها اطلاعات را پیش از ارائه به ناشر، دسته‌بندی می‌کنند. هر نماینده‌ای سبک کاری خاص خودش را دارد.

مطالبی که باید در طرح پیشنهادی ذکر شود

هیچ قالب یا دستورالعمل ثابتی برای تعیین مطالبی که باید در طرح پیشنهادی ذکر شوند وجود ندارد. اما اصلی‌ترین مواردی که ممکن است از شما خواسته شود در ادامه آمده است. ممکن است فقط چند مورد از این‌ها را از شما درخواست کنند، اما شما پیش‌دستی کنید و قبل از ارسال پیش‌طرح آن‌ها را آماده نمایید:

✓ نامه‌ی معرفی

✓ صفحه‌ی عنوان حاوی اطلاعات تماس

✓ یک صفحه خلاصه‌ی اجرایی

✓ تحلیلی از بازار و رقبا

✓ اسکیچ شخصیت‌ها

✓ خلاصه‌ی دو صفحه‌ای داستان

✓ سوابق حرفه‌ای شما در زمینه‌ی نویسندگی

- ✓ هر گونه اطلاعات درباره‌ی نحوه‌ی کمک شما به فرایند بازاریابی کتاب
- ✓ فصل‌های نمونه (معمولاً سه فصل یا سه صفحه‌ی اول را باید بفرستید، اما گاهی هم لازم است کل دست‌نوشته‌ی پرداخت شده را ارسال کنید؛ مقدار متن ارسالی به‌نظر نماینده بستگی دارد).

همان مقدار مطالبی را بفرستید که نماینده از شما خواسته است. او در پاسخ به پیش‌طرح شما خواهد گفت که به چه مدارک و مطالبی نیز دارد اگر نماینده‌ای که در یک همایش ادبی ملاقات کرده‌اید از شما اطلاعات بخواهد، فهرستی از موارد مورد نیاز خود را به شما خواهد داد.



برای کتاب طرح روی جلد درست نکنید. گل، شیرینی، شکلات و هیچ نوع کادوی دیگری برای نماینده نفرستید. (بله، باید بگوییم تمام این موارد قبلاً بارها انجام شده‌اند و همه‌شان داد می‌زنند که "من خیلی ناشی‌ام"). اگر شما مثل ناشی‌ها رفتار کنید، نماینده هم برخوردی شایسته‌ی تازه‌کارها با شما خواهد داشت. اما اگر از خود رفتار حرفه‌ای نشان دهید، نماینده هم شما را به چشم یک حرفه‌ی خواهد دید. توصیه می‌کنیم هر چیزی که برای نماینده می‌فرستید جنبه‌ی تجاری داشته باشد و مختصر و مفید جلوه کند.



نامه‌ی معرفی: به نماینده یادآوری کنید که هستید

نامه‌ی معرفی به نماینده یادآوری می‌کند که شما که هستید و برای او توضیح می‌دهد اطلاعاتی را که وی - پس از خواندن پیش‌طرح‌تن یا ملاقات حضوری با شما - درخواست کرده بود، به پیوست ارسال کرده‌اید. نامه‌ی معرفی و پیش‌طرح تقریباً یکسان هستند (برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی محتوای پیش‌طرح کمی به عقب بروید و قسمت "اولین تماس: نوشتن پیش‌طرح" را مطالعه کنید). در بند اول نامه‌ی معرفی به نماینده یادآوری کنید که خودش از شما درخواست اطلاعات بیشتری کرده است. در بند آخر نیز توضیح دهید که چه مطالبی را به پیوست ارسال کرده‌اید.

صفحه‌ی عنوان

در صفحه‌ی عنوان باید نام، آدرس پستی، شماره‌ی تلفن و آدرس ای‌میل خود را در گوشه‌ی بالایی سمت راست صفحه بنویسید (سمت چپ در زبان انگلیسی). تمام این موارد باید به‌صورت تک فاصله‌ای و با جهت راست به چپ (چپ به راست در انگلیسی) نوشته شود.

چند خط فاصله بگذارید و سپس عنوان رمان خود را با فونت درشت بنویسید (اگر عنوان

کوتاه باشد، فونت ۳۶ اندازه‌ی مناسبی خواهد بود). عنوان را با حروف مورب بنویسید و آن را در مرکز صفحه قرار دهید.

خلاصه‌ی اجرایی

در صفحه‌ی خلاصه‌ی اجرایی باید با تیتیر درشتی در وسط خط بنویسید "خلاصه‌ی اجرایی" (یا عبارتی مشابه آن). خلاصه‌ی اجرایی را به یک صفحه محدود کنید و سعی کنید تا جایی که می‌توانید آن را واضح و موجز بنویسید.

خلاصه‌ی اجرایی در واقع "طرح پیشنهادی‌ای است که در بطن طرح پیشنهادی اصلی" قرار دارد و کتاب شما را به‌خوبی توجیه و حمایت می‌کند.



خلاصه‌ی اجرایی باید اطلاعات زیر را در خود بگنجاند. ما دوست داریم از قالبی دو ستونه استفاده کنیم که در آن عناوین فرعی در ستون سمت راست می‌آیند و اطلاعات مربوط به هر عنوان در ستون سمت چپ و در مقابل آن عنوان نوشته می‌شود (در انگلیسی برعکس است).

✓ **عنوان موقت:** این عنوانی است که فعلاً برای کتاب‌تان در نظر گرفته‌اید. ناشران اغلب فکر می‌کنند که می‌توانند عناوین بهتری برای کتاب‌ها پیدا کنند. بنابراین عنوان فعلی به احتمال زیاد تغییر خواهد کرد.

✓ **ژانر:** این مورد به ژانر و زیر گروهی که کتاب شما به آن تعلق دارد اشاره می‌کند. درست نوشتن ژانر اهمیت حیاتی دارد. ریرا اگر ژانر کاری شما برای سردبیر مناسب نباشد، فوراً کارتان را رد خواهد کرد. برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی ژانر و طبقه‌بندی داستانی به فصل ۳ مراجعه کنید.

✓ **مفهوم زیربنایی:** مفهوم زیربنایی داستان را بر اساس خط داستانی تک‌جمله‌ای رمان خود بنویسید. در فصل‌های ۸ و ۱۳ به تفصیل درباره‌ی خط داستانی توضیح داده‌ایم. برای توصیف مفهوم زیربنایی یا از خود خط داستانی بهره بگیرید یا از اقتباس آن، اما به یک جمله بسنده کنید و سعی کنید این جمله تا جایی که می‌شود کوتاه باشد.

✓ **مخاطب مورد نظر:** خواننده‌ی ایده‌آل خود را در یکی دو جمله توصیف کنید. فصل ۳ درباره‌ی مخاطبان در نظر گرفته شده (برای یک کتاب خاص) توضیح داده است.

✓ **طول:** با نزدیک‌ترین تقریب به ۵۰۰۰ محاسبه کنید که شمار واژگان رمان شما چقدر خواهد بود. (در فصل ۳ درباره‌ی اهمیت شمار واژگان برای ژانرهای خاص صحبت کردیم و نحوه‌ی محاسبه‌ی شمار واژگان لازم برای داستان شما را نیز توضیح دادیم.) در بعضی از ژانرها، بیش از حد بالا یا پایین بودن

شمار واژگان می‌تواند بلافاصله سبب رد شدن اثر توسط ناشر شود.

✓ تاریخ تکمیل: یا باید بگویید که "نسخه‌ی پرداخت شده‌ی دست‌نویسته در حال حاضر آماده است" یا اینکه "دست‌نویسته‌ی پرداخت شده در تاریخ ... آماده‌ی تحویل خواهد بود" و جای خالی را با تاریخی که اطمینان دارید رمان پیش از آن آماده می‌شود پر کنید. ناشران روی تاریخی که اعلام می‌کنید حساب خواهند کرد. پس دروغ نگویید.

فروختن رمان بدون ارائه‌ی دست‌نویسته‌ی تکمیل شده‌ی آن، برای نویسندگان تازه‌کار تقریباً غیرممکن است. رمان نوشتن کار آسانی نیست و بسیاری از مدعیان نویسندگی هم اصلاً نمی‌توانند یک رمان را تا انتها بنویسند. به همین دلیل ناشران اکثراً از خریدن دست‌نویسته‌ی ناقص از تازه‌کارها خودداری می‌کنند. اگر قبلاً حداقل یک رمان را با دریافت درصد فروش و به واسطه‌ی یک ناشر سنتی منتشر کرده باشید، اکثر ناشران از بابت به پایان رساندن اثرتان به شما اعتماد خواهند کرد. در این صورت می‌توانید رمان خود را صرفاً با ارائه‌ی پیش‌طرح و چند فصل نمونه به فروش برسانید. اکثر رمان‌نویس‌های حرفه‌ای هم همین کار را انجام می‌دهند.

✓ خلاصه‌ی داستان: استخوان‌بندی داستان را در یک بند شرح دهید، سپس شخصیت اصلی را توصیف کنید و در بهایت سؤال داستانی را مطرح کنید. (در فصل‌های ۶، ۷ و ۸ درباره‌ی سؤال داستانی توضیح داده‌ایم.)

✓ درباره‌ی نویسنده: اگر هنوز هم در صفحه‌ی خلاصه‌ی اجرایی جا دارید، یک بند درباره‌ی خودتان بنویسید. سعی کنید تا جایی که ممکن است خوب جلوه کنید، اما دروغ نگویید. در ادامه‌ی طرح پیشنهادی، یک صفحه‌ی کامل به سوابق نویسنده اختصاص دارد. پس اگر در این صفحه دیگر جایی برای گنجاندن شرح مختصر سوابقتان ندارید، از خیر آن بگذرید. در اینجا هدف این است که نکات جالبی را در مورد خودتان پررنگ کنید تا طرف مقابل احساس کند شما بی‌تردید بهترین نویسنده‌ای هستید که می‌تواند چنین رمانی بنویسد.

تحلیل بازار: بررسی رقبا

تیترو صفحه‌ی جدید را "تحلیل بازار" یا عبارتی مشابه آن انتخاب کنید. نصف یا تمام این صفحه را به توضیح مختصری درباره‌ی کتاب‌های مشابه کتاب خود اختصاص دهید.

درباره‌ی کتاب‌هایی بنویسید که نه خیلی مشهورند و نه خیلی مهجور. اگر کتاب خود را با رمان‌های فنودور داستایوسکی، استفن کینگ، یا دیگر غول‌های نویسندگی مقایسه کنید، یا خیلی از خود متشکر به‌نظر خواهید رسید و یا - در قیاس با آن‌ها - خیلی



ضعیف. از طرفی، اگر رمان خود را با رمان‌های کاملاً ناشناخته مقایسه کنید، ممکن است به‌نظر برسد نویسنده‌ای هستید که محکوم به ناشناخته ماندن است.

سه تا پنج کتاب را انتخاب کنید که به ژانر کاری خودتان تعلق دارند. یک بند درباره‌ی هر کدام بنویسید و در آن عنوان کتاب، نام نویسنده و خلاصه‌ای یک جمله‌ای از داستان را ارائه کنید. سپس توضیح دهید که شباهت‌ها و تفاوت‌های داستان شما با آن چیست. از ضایع کردن نویسنده‌هی دیگر خودداری کنید. تحقیر دیگران سبب تکریم شما نمی‌شود.

هدف از ارائه‌ی فهرستی از کتاب‌های مشابه این است که نشان دهید با ژانر و طیفه‌بندی داستانی خود آشنایی دارید و اینکه مازار فروش برای کتابی که نوشته‌اید (یا می‌خواهید بنویسید) موجود است. این کار همچنین موقعیتی است که نشان دهید با نحوه‌ی تحلیل داستان آشنایی دارید.



سوابق حرفه‌ای‌تان به‌عنوان نویسنده

صفحه‌ای با تیتیر "سوابق نویسنده" در طرح پیشنهادی خود بگنجانید. در این صفحه طی چند بند و از زبان سوم‌شخص، خودتان را توصیف کنید. لاف نزنید. به‌جای این کار سعی کنید خودتان را طوری توصیف کنید که انگار خبرنگار نشریه‌ی تایم هستید و می‌خواهید نمایه‌ای تهیه و در آن خود را توصیف کنید. رسمی و موجز بنویسید و روی مواردی که شایستگی شما را برای کتاب نوشتن نشان می‌دهند تمرکز کنید. اگر زندگی شما به زندگی یکی از شخصیت‌های داستان شبیه است، به این موضوع اشاره کنید.

اگر تجربه‌ی نویسندگی دارید، بدون فخر فروشی، به آن(ها) اشاره کنید. اگر وب‌سایت یا وب‌لاگ دارید، نام و آدرس (URL) آن را ذکر کنید. اگر سکوی بازاریابی خاصی دارید (مثل ستونی در روزنامه، یک برنامه‌ی رادیویی یا تلویزیونی، فعالیت به‌عنوان سخنران/ آدم معروف) به آن اشاره کنید و بگویید در هر سال به‌طور میانگین چه تعداد مخاطب دارید. در گفتن این مسائل علو نکنید. اثرات بد دروغ همیشه - آن هم در بدترین شرایط - گریبان آدم را می‌گیرد.

به توضیحات‌تان شاخ و برگ اضافی ندهید. نماینده‌ی ادبی یا دبیر انتخاب کتاب اهمیتی نمی‌دهند که شما چند سال است کتاب می‌خوانید یا نبوغ نویسنده‌ی در چه سن و سال کمی در شما آشکار شده است. اکثر نویسندگان نوشتن را از سنین ۵ تا ۱۰ سالگی آغاز می‌کنند. به احتمال زیاد، دبیر انتخاب کتاب انواع و اقسام تعریف‌هایی از این دست را قیلا شنیده است. تعداد بسیار کمی از موفقیت‌های دوران کودکی‌تان را می‌شود در اینجا عنوان کرد. اگر در سن ۱۰ سالگی دیپلم گرفتید، یا در مسابقات سراسری هجی مقام اول را کسب کردید، شایسته است یک جمله از شرح سوابق‌تان را صرف اشاره به این موارد کنید.



تمام سوابق تحصیلی پس از دبیرستان ر، که با موضوع رمان تان ارتباط مستقیمی دارد، ذکر کنید مثلاً اگر مشغول نوشتن یک رمان علمی هستید و مدرک دانشگاهی تان علوم است، به آن اشاره کنید. اگر وکیل یا حقوقدانی هستید که رمان حقوقی می‌نویسید، حرفه‌ی خود را مخفی نکنید. بد نیست تحصیل در رشته‌های ادبیات و خبرنگاری هم عنوان شود، اما در عین حال باید بدانید که رشته‌های این‌چنینی بسیار متداول‌اند و این موضوع از اعتبارشان می‌کاهد. اما مدرک کارشناسی ارشد در رشته‌ی نگارش خلاق کمی معتبرتر است و خوب است، اگر چنین مدرکی دارید، به آن اشاره کنید.

در ضمن از هر تجربه‌ای که در زندگی داشته‌اید و با موضوع رمان تان تناسب دارد، صحبت کنید. گاهی تجربه‌های دوران کودکی نیز - اگر به حد کافی مؤثر باشد و با موضوع رمان تان نیز جور دربیایند - ارزش عنوان کردن دارند. مثلاً اگر بچه که بودید، پدر و مادرتان دیپلمات‌های حرفه‌ای بودند و در امور خارجه کار می‌کردند و شما مدتی در پاریس، رم، لندن، توکیو و برلین زندگی می‌کردید - و گهگاه با سران دولتی هم معاشرت‌هایی داشتید - چنین تجربیاتی در نوشتن یک رمان مهیج جاسوسی، که در پایتخت‌های کشورهای گوناگون جهان اتفاق می‌افتد، بسیار مفید خواهد بود.

نماینده‌ی ادبی یا دبیر انتخاب کتاب به اطلاعاتی درباره‌ی شما علاقه‌مند است که از طریق آن‌ها می‌توان به این پرسش جواب داد: "چطور می‌توانم این نویسنده را به تلویزیون یا رادیو برم تا درباره‌ی کتابش حرف بزند؟" اجازه دهید این سؤال شما را در انتخاب مطالبی که در سوابق خود ذکر می‌کنید، راهنمایی کند.

اسکچ شخصیت‌ها

پیشهاد می‌کنیم چند صفحه را به توضیح درباره‌ی شخصیت‌ها اختصاص دهید. به چنین توضیحاتی اسکچ شخصیت گفته می‌شود. ارزش و اهمیت اسکچ شخصیت از این روست که اکثر دبیران انتخاب کتاب عاشق رمان‌های شخصیت‌محور هستند. توجه داشته باشید که دبیر انتخاب کتاب به‌ندرت از شما اسکچ شخصیت‌ها را می‌خواهد، اما ما بر این باوریم که این اسکچ‌ها ابزار مفیدی برای فروش هستند و ممکن است به دردتان بخورند.

عبارت "اسکچ شخصیت‌ها" را به‌عنوان تیتر این صفحه بنویسید. نیم تا یک صفحه را به هر شخصیت اختصاص دهید و در آن به قسمت‌های مهم پیشینه‌ی داستانی، ارزش‌ها، آرزوها و اهداف او اشاره کنید. (در فصل‌های ۷ و ۱۲ درباره‌ی این ملزومات شخصیت‌ها توضیحات مفصّلی داده شده است.) سپس اندکی از ماحرای داستان را که به آن شخص مربوط می‌شود بنویسید. اگر دبیر انتخاب کتاب از شخصیت‌ها خوش‌اش بیاید، شانس قبولی اثرتان افزایش چشمگیری خواهد داشت.

آن خلاصه‌ی داستانی منفور

قسمت جدیدی را با تیتُر "خلاصه‌ی داستانی" به طرح پیشنهادی اضافه کنید. خلاصه‌ی داستانی دو صفحه متن است که ماجرای اصلی داستان شما را به‌طور کلی بیان می‌کند. برای نوشتن این خلاصه از فعل‌های زمان حال استفاده کنید و طوری بنویسید که هر بند چندین صحنه را به‌طور خلاصه در خود بگنجانند. در طول خلاصه‌ی داستانی باید تمرکزتان روی داستان اصلی باشد و از پرداختن به جریان‌های داستانی غیرضروری پرهیز کنید. تمام نماینده‌های ادبی و دبیران انتخاب کتاب، بدون استثنا، از شما خلاصه‌ی داستانی خواهند خواست.

آن طور که ما متوجه شده‌ایم، نوشتن خلاصه‌ی داستانی برای یک طرح پیشنهادی، منفورترین کاری است که رمان‌نویس در عمر خود باید انجام دهد. اگر از نوشتن خلاصه‌ی داستانی بدتان می‌آید، باید بگوییم که شما تنها نیستید، اما به هر حال مجبورید به نوشتن آن تن دهید. بله، قبول داریم که خلاصه‌ی داستانی اغلب کسل کننده است. در نوشتن خلاصه‌ی داستانی از چکیده‌ی روایی استفاده می‌شود. چکیده‌ی روایی ملال‌آورترین گونه‌ی روایت داستان است. اما با تمام این مسائل کنار بیایید و با هرچه سریع‌تر نوشتن خلاصه‌ی داستانی، خودتان را خلاص کنید.



نحوه‌ی نوشتن خلاصه‌ی داستانی به تفصیل در فصل ۹ توضیح داده شده است و اصلاً هم به آن وحشتناکی‌ای که بسیاری از نویسندگان جلوه‌اش می‌دهند نیست. اگر باعث آرامش شما می‌شود، باید بگوییم که خیلی از دبیران هم هستند که از خواندن خلاصه‌ی داستانی نفرت دارند. اما هیچ دبیر انتخاب کتابی نمی‌تواند بدون خواندن خلاصه‌ی داستانی شما کتاب‌تان را بخرد. این هم یکی از آن طعنه‌های تلخ روزگار است، پس بسوزید و بسازید.

طرح بازاریابی شما

بگذارید یک چیز را برایتان روشن کنیم: بازاریابی بخشی از کار ناشر است. کار شما نوشتن داستان است. اما در سال‌های اخیر، ناشران روز به روز بیشتر در زمینه‌ی بازاریابی به نویسندگان تکیه کرده‌اند. ممکن است فکر کنید که این غیرمنصفانه است که همین‌طور هم هست، اما کاری نمی‌شود کرد.

هرکاری که بتوانید در زمینه‌ی بازاریابی کتاب‌تان انجام دهید، در قسمت بازاریابی طرح پیشنهادی ذکر می‌شود. می‌توانید بگردید و کتاب‌های خوبی در زمینه‌ی بازاریابی کتاب توسط نویسندگان پیدا کنید. آگاه باشید که در این کتاب‌ها دریایی از گزینه‌ها و روش‌های گوناگون عنوان شده است. ناشران از شما انتظار دارند بیش از یکی دو مورد از این گزینه‌ها را انتخاب کنید؛ درست همان‌طوری که رستوران‌ها ترجیح می‌دهند شما بیش

از یکی دو مورد از غذاهای موجود در منو را انتخاب کنید.

بهتر است کمی تحقیق کنید تا دریابید انجام چه کارهایی برایتان مناسب‌تر است. آیا شما آدم برون‌گرایی هستید که می‌تواند موضوع رمانش را به موضوعات داغ مصاحبه‌های رادیویی و تلویزیونی ربط دهد؟ این یکی از گزینه‌های موجود است. آیا شما وب‌لاگ نویسی هستید که صدا یا هزاران خواننده با ولع نوشته‌های نغز و کنایه‌آمیزتان را دنبال می‌کنند؟ این هم یک گزینه‌ی دیگر است. اگر خوب جستجو کنید، می‌توانید صدها و یا حتی هزاران ایده‌ی خوب دیگر را در میان گزینه‌های اعصاب خرد کن موجود پیدا کنید.



چند مورد - و تنها چند مورد - از ایده‌های بازاریابی موجود را انتخاب کنید و در مورد آن‌ها در قسمت بازاریابی طرح پیشنهادی‌تان صحبت کنید. هرچقدر ناشر از بابت کمک شما به فرایند بازاریابی مطمئن‌تر شود، تلاش او برای تخصیص بودجه‌ی بازاریابی به کتاب شما نیز بیشتر می‌شود. این یکی از آن حوزه‌هایی است که عبارت "پول، پول، پول می‌آورد" درباره‌اش صدق می‌کند، اگر از نمایه‌ی رسانه‌ای خوبی برخوردار باشید، یا امکان سخنرانی برای صدها هزار نفر مخاطب را در هر سال داشته باشید، ناشر از تخصیص بخش بزرگی از بودجه‌ی بازاریابی‌اش به شما بسیار خرسند خواهد شد. این در حالی است که اگر شما به‌وضوح اعلام کنید که حاضر نیستید هیچ کاری در زمینه‌ی بازاریابی کتابتان انجام دهید، ناشر هم مراتب قدردانی خود را با انجام ندادن کارهای بیشتر به شما ابراز خواهد کرد. خوب در این باره فکر کنید و ببینید در طرح بازاریابی خود چه پیشنهادهای قابل باوری می‌توانید به ناشر بدهید.

ممکن است بگویید که دوست ندارید برای بازاریابی اثرتان دروغ بگویید. با وجود اینکه ما طرفدار دروغ و دغل نیستیم، این رویکرد هم اصلاً رویکرد خوبی نیست و به حرفه‌ی نویسندگی‌تان لطمه خواهد زد. بازاریابی به خودی خود کار کثیف یا ریاکارانه‌ای نیست. اگر مهارت نویسندگی‌تان به همان اندازه که دعا می‌کنید خوب باشد، ده‌ها هزار نفر - در صورتی که بدانند شما که هستید - مشتاق خواندن رمانتان خواهند بود. حالا شما باید به این خواننده‌ها کمک کنید پیدایتان کنند؛ کجای این کار شما را به فردی دروغگو یا ریاکار تبدیل می‌کند؟ بازاریابی خوب و صادقانه به معنای پیدا کردن افرادی است که دوست دارند کتاب شما را بخوانند، اما هنوز از وجود شما خبر ندارند. برای نشان دادن خودتان به این افراد نباید حجالت بکشید. اگر این کار را نکنید، هم آن‌ها را خوشحال می‌کنید و هم ناشرتان را.

نوشتار شما، شامل فصل‌های نمونه (یا کل دست‌نوشته)

ارسال نمونه متن هم برای نماینده ضرورت دارد و هم دبیر انتخاب کتاب، آن‌ها می‌خواهند بدانند مهارت شما در نوشتن چقدر است. نماینده‌ی ادبی در پاسخی که به پیش‌طرح شما می‌دهد، مقدار متن نمونه‌ای را که می‌خواهد بخواند اعلام خواهد کرد. همان مقدار متن را برایش بفرستید. معمولاً نماینده تعداد فصل‌ها یا صفحات مشخصی را درخواست می‌کند. با فرستادن متن اضافه اسباب زحمت او نشوید. اگر خودش کل دست‌نوشته را درخواست کرد، آن وقت دست‌نوشته‌ی کامل را برایش بفرستید.

باز هم تأکید می‌کنیم که اگر تا کنون رمانی منتشر نکرده‌اید، تا پیش از اتمام و پرداخت دست‌نوشته‌تان نباید برای نماینده‌ها پیش‌طرح بفرستید. اگر نماینده از پیش‌طرح‌تان خوش‌اش بیاید و از شما بخواهد تمام متن را برایش بفرستید، با شنیدن اینکه فقط ۵۰ صفحه از آن موجود است، بسیار عصبانی خواهد شد.

وقتی دبیر انتخاب کتاب طرح پیشنهادی را دریافت می‌کند، ابتدا نگاهی گذرا به نامه‌ی معرفی و خلاصه‌ی اجرایی می‌اندازد و بعد به سراغ فصل‌های نمونه می‌رود. اگر ولین بند آن‌ها خوب باشد، صفحه‌ی اول را به‌طور کامل می‌خواند. اگر صفحه‌ی اول هم خوب باشد، او کل فصل را خواهد خواند. اگر این فصل هم خوب باشد، آن موقع است که دبیر انتخاب کتاب تمام فصل‌های نمونه را خواهد خواند. در صورتی که تمام فصل‌های ارسالی برایش جالب باشند، و جزء به جزء طرح پیشنهادی شما را مطالعه خواهد کرد. اما اگر هر یک از قسمت‌های فصل‌های نمونه نتواند نظر دبیر انتخاب کتاب را جلب کند، فوراً دست از خواندن برمی‌دارد و طی پیام کوتاهی شما را رد می‌کند.



پس می‌بینید که فصل‌های نمونه بسیار مهم هستند. هرچقدر هم روی اهمیت آن‌ها تأکید کنیم، باز هم کم است. مهم‌ترین بخش بسته‌ی طرح پیشنهادی شما نوشتن فصل‌های نمونه است. دبیر انتخاب کتاب باید عاشق این فصل‌ها شود. در غیر این صورت طرح شما به اندازه‌ی لایه‌ی شکلاتی که روی یک لنگه کفش مالیده شود بی‌ارزش است.

علامت © یا سایر علامت‌های قانون حق تکثیر را در فصل‌های کتاب خود نگذارید. نوشته‌های شما به‌صورت خودکار مورد حمایت قانون‌اند و گنجاندن علائم اختصاری قانونی فقط باعث می‌شود ناشی به‌نظر برسید (و نیز نشان می‌دهد که معتقدید نماینده و ناشر قوانین را رعایت نمی‌کنند و شما به آن‌ها اعتماد ندارید).



تماس با نماینده‌ی ادبی و دبیر انتخاب کتاب

در این فصل

- ◀ نگاهی به تفاوت‌های بین نماینده‌ی ادبی و دبیر انتخاب کتاب
- ◀ پیدا کردن نماینده‌ی ادبی
- ◀ پیدا کردن دبیر انتخاب کتاب

وقتی دست‌نوشته‌ی کامل و پرداخت شده‌تان آماده شد و وقتی تمام اجزای طرح پیشنهادی را به‌درستی کنار هم چیدید، برای چاپ اثرتان آماده هستید. انتشار رمان، همکاری پرمخاطره و در عین حال نتیجه‌بخشی بین شما و ناشر است. از آنجا که ناشر بیش از هر کسی در این فرایند خطر می‌کند، طبعاً سهم بیشتری از نتیجه‌ی آن را هم به خود اختصاص خواهد داد. دو گروه از افراد هستند که در جوش دادن معامله‌ی شما و ناشر تأثیر گذارند: نماینده‌ی ادبی و دبیر انتخاب کتاب.

نماینده‌ی ادبی کسی است که شما، به ازای پرداخت درصد ثابتی از درآمد کتابتان، برای فروش اثر خود به ناشر استخدام می‌کنید. دبیر انتخاب کتاب یکی از کارمندان انتشارات است (معمولاً در واحد انتخاب کتاب) که وظیفه‌اش پیدا کردن نویسنده و خریدن دست‌نوشته‌های آن‌ها برای چاپ است.

در این فصل، به توضیح نقش نماینده‌ی ادبی و دبیر انتخاب کتاب می‌پردازیم و به شما کمک می‌کنیم افرادی را پیدا کنید که برای شخص شما و برای نوشتارتان مناسب‌اند.

تعریف نقش نماینده‌های ادبی و دبیران انتخاب کتاب

شما باید بعضی از تفاوت‌های اساسی بین نماینده و دبیر را بدانید. البته توجه داشته باشید که این دو تعهدات مشترکی نیز دارند:

✓ **دبیر انتخاب کتاب:** دبیر انتخاب کتاب در فرایند انجام معامله، نماینده‌ی منافع ناشر است. هدف او این است که خطر ضرر کردن صاحب‌کار خود را به کمترین

میزان برسانند و سود او را به بیشترین مقدار نزدیک کند، که او این کار را با پرداخت کمترین مقدار پول و منتقل کردن هرچه بیشتر ضررها به شما انجام می‌دهد. دبیر انتخاب کتاب در وهله‌ی اول به ناشر تعهد دارد. اما با وجود این، او دشمن شما نیست. او از شما و نوشته‌هایتان خوش‌اش می‌آید و می‌داند که اگر ارگرسنگی بمیرید، دیگر نمی‌توانید برایش کتاب بنویسید.

✓ **نماینده‌ی ادبی:** این فرد در واقع نماینده‌ی منافع شماست. هدف او این است که ضرر را برای شما حداقل برساند و سودتان را بیشتر کند؛ اما نه به هر قیمتی. از آنجا که نماینده‌ی ادبی کارهای چندین نویسنده را دنبال می‌کند، با انگیزه‌ای قوی تلاش می‌کند کارگزار صادق باشد. بهرین کاری که نماینده می‌تواند انجام دهد معرفی نویسنده‌های فوق‌العده به ناشران و انجام رایزنی معامله‌های سودآور برای آن‌هاست. اما نماینده نمی‌خواهد ناشر را به خاک سیاه نشاند، زیرا فردا، روزی دیگر است با قراردادهایی دیگر.

پیدا کردن مناسب‌ترین نماینده برای شما

استخدام نماینده‌ی ادبی امری اختیاری است و به همین دلیل اول باید تصمیم بگیرید که آیا می‌خواهید یک نماینده داشته باشید یا خیر. در این قسمت توضیح می‌دهیم کار نماینده چیست و اینکه چرا استخدام وی می‌تواند فکر خوبی باشد.

اگر تصمیم به داشتن نماینده بگیرید، چطور می‌توانید نماینده‌ی مناسب خود را بیابید و بعد توجه او را به خود جلب کنید؟ اگر دست‌نوشته‌ی فوق‌العاده‌ای داشته باشید، پیدا کردن نماینده‌ی ادبی آن‌قدرها هم سخت نخواهد بود. اما پیدا کردن نماینده‌ی ادبی مناسب کمی سخت‌تر است. در این قسمت نکته‌هایی درباره‌ی نحوه‌ی پیدا کردن چنین نماینده‌ای به شما یاد می‌دهیم و توضیح می‌دهیم که چطور باید با او تماس بگیرید تا پیگیری رمان‌تان را برعهده بگیرد.

آیا نیازی به نماینده‌ی ادبی هست یا خیر

آیا شما نماینده لازم دارید؟ این سؤال پیچیده‌ای است. نماینده کارهای سخت و سنگینی را برای شما انجام می‌دهد، اما بابت آن‌ها پول هم می‌گیرد. نرخ معمول نماینده‌های ادبی چیزی معادل ۱۵ درصد عواید کتاب شماست. این‌ها تعدادی از کارهایی هستند که نماینده ممکن است برای شما انجام دهد:

✓ نقد و بررسی اثر شما و کمک به پرداخت آن (همه‌ی نماینده‌ها این کار را نمی‌کنند)

✓ کمک به نوشتن یک طرح پیشنهادی اساسی (در فصل ۱۶ درباره‌ی اصول

نوشتن طرح پیشنهادی صحبت کردیم)

✓ مردس طرح پیشهادی و دست‌نوشته‌ی شما نزد دبیران انتخاب کتاب

✓ رایزی برای قرارداد

✓ رساندن اخبار ناخوشایند به ناشر (مثلاً اگر به موعد تحویل نمی‌رسید، یا نمی‌توانید در یک مورد خاص با دبیر انتخاب توافق کنید، سریع کارها را به نماینده بسپارید؛ این جور کارها صلاح وظیفه‌ی اوست)

✓ ارائه‌ی توصیه‌های حرفه‌ای؛ مثلاً جهت کمک برای مطرح کردن تان در عرصه‌ی بازار و آموزش مهارت‌های بازاریابی به شما (تمام نماینده‌ها این کار را نمی‌کنند)

✓ بررسی بخش‌های مالی قرارداد برای حصول اطمینان از اینکه ناشر عواید کافی را در زمان مقرر به شما پرداخت می‌کند.

اگر شما بتوانید خودتان تمام این کارها را به‌خوبی انجام دهید و اگر بتوانید از وقت نوشتن تان بزنید تا به آن‌ها پردازید، دیگر نماینده‌ی ادبی لازم ندارید. اما اگر یکی از موارد فهرست بالا را نتوانید به‌طور کامل یا به‌درستی انجام دهید، احتمالاً باید یک نماینده استخدام کنید. لطفاً یادتان باشد که ناشران بزرگ معمولاً از نویسنده‌هایی که نمی‌شاسند، بدون وجود نماینده، پیش‌طرح قبول نمی‌کنند. بسیاری از ناشران متوسط هم همین وضع را دارند.

شما همیشه این امکان را دارید که در کارهای خاصی از دیگران کمک بخواهید؛ مثلاً می‌تونید ویراستار کارمزدی، وکیل قراردادی، کارشناس برند سازی و بازاریابی و یا حسابدار استخدام کنید. تمام این افراد از شما هزینه می‌گیرند. فقط شما می‌توانید تصمیم بگیرید که ترجیح می‌دهید، به ازای هزینه‌ای که می‌کنید، نماینده‌ی ادبی این کارها را برایتان انجام دهد یا یک کارشناس. مزیتی که کار کردن با نماینده‌ی ادبی دارد این است که همه‌ی کارهایی که گفتیم توسط یک نفر انجام می‌شود و آن یک نفر نیازی ندارد خودش را با دیگران هماهنگ کند. به‌علاوه، نماینده ارتباط نزدیکی با دبیران انتخاب کتاب دارد - و می‌داند دبیران خاص بیشتر دنبال چه نوع کارهایی می‌گردند - و به این ترتیب می‌تواند نویسنده‌های آینده‌دار را با دبیران انتخاب کتاب مناسبی آشنا کند. اشکال نماینده‌ی ادبی این است که امکان ندارد او در تمام مهارت‌های ذکر شده به یک اندازه توانمند باشد. ممکن است نقطه ضعف او دقیقاً در همان موردی باشد که شما بیش از هرچیزی به آن نیاز دارید.

قبل از اینکه جستجو برای نماینده را شروع کنید، مطمئن شوید که آمادگی کار کردن با او را دارید. اگر هنوز در حرفه‌ی نویسندگی خود به مرحله‌ی سال آخری نرسیده‌اید (در فصل ۱ درباره‌ی چهار مرحله‌ی نویسندگی توضیح داده‌ایم)، هنوز وقت آن نیست که با



یک نماینده کار کنید، زیرا چیری برای عرضه ندارید. وظیفه‌ی نماینده این است که اثر شما را عرضه کند و آن را به فروش برساند.

انجام مقدمات لازم برای استخدام نماینده

اگر آمادگی استخدام نماینده را دارید، باید مقدمات لازم برای پیدا کردن فرد مناسب خودتان را انجام دهید. اکثر نویسندگان به شما خواهند گفت که نماینده نداشتن بهتر از داشتن نماینده‌ی نامناسب است. وقتی می‌خواهید با نماینده همکاری کنید، معمولاً باید نوعی وکالت‌نامه امضا کنید؛ وکالت‌نامه یک قرارداد قانونی است که در آن جزئیات و شرایط یک رابطه توضیح داده می‌شود. بعضی از وکالت‌نامه‌ها مفاد و شرایط سبکی دارند که طبق آن‌ها، در صورت فسخ تفاهم، ناچار می‌شوید بخشی از حقوق اثرتان را واگذار کنید. دیگر وکالت‌نامه‌ها بیشتر نویسنده‌پسند هستند. اما فسخ قرارداد کاری با نماینده‌ی ادبی هرگز کار جالبی نیست. به همین دلیل بهتر است از همان ابتدا نماینده‌ی مناسبی برای خود پیدا کنید. در این قسمت کمک‌تان می‌کنیم نماینده‌های ادبی را پیدا کنید، درباره‌شان تحقیق کنید و اطمینان یابید که بهترین مورد را برگزیده‌اید.

پیدا کردن کاندیداهایی که برای ژانر شما مناسب‌اند

نماینده‌های ادبی مختلف از ژانرهای مختلفی خوش‌شان می‌آید. تخصص بعضی از نماینده‌ها در عرضه‌ی رمان‌های عاشقانه است. بعضی در رمان‌های رمزآلود و بعضی هم در رمان‌های تعلیقی تخصص یافته‌اند. برخی از نماینده‌ها صرفاً روی رمان‌های مذهبی، نوجوانان، یا کودکان کار می‌کنند. بسیاری از آن‌ها هم به‌صورت عمومی فعالیت می‌کنند و طیف علاقت‌شان گسترده است.

تلاش‌هایتان را روی نماینده‌هایی متمرکز کنید که با احتمال بیشتری ممکن است به‌کارتان علاقه نشان دهند. بسیاری از نماینده‌هایی که ما می‌شناسیم می‌توانند مجراهای خنده‌دار دریافت تقاضای کار روی کتاب‌هایی را تعریف کنند که کاملاً و به‌طور حارق‌العاده‌ای برای آن‌ها بی‌ربط و نامناسب بود. معمولاً چنین تقاضاهایی مستقیماً روانه‌ی سطل زباله می‌شوند.



برای پیدا کردن بهترین گزینه‌ها مراحل زیر را انجام دهید:

۱. ژانر یا گونه‌ی داستانی خود را دقیقاً مشخص کنید.

ژانر اصلی و ژانرهای فرعی مربوطی را که رمان‌تان به آن‌ها تعلق دارد نام ببرید (در فصل ۳ درباره‌ی گونه‌ها و ژانرهای داستانی توضیح داده‌ایم).

۲. در راهنمای تجاری مناسب دنبال فهرست نماینده‌های ادبی بگردید و آن‌هایی را که به‌طور خاص به ژانر کاری شما علاقه دارند علامت بزنید.

۳. فهرستی از ده تا از بهترین نماینده‌ها تهیه کنید و به وب‌سایت‌های آن‌ها سر بزنید.

تصمیم بگیرید که کدام نماینده برای شما و کتاب‌تان مناسب‌تر است.

شاید تحقیق درباره‌ی نماینده‌ها به زمان زیادی نیاز داشته باشد، اما ارزش وقت گذاشتن دارد. نماینده نداشتن از داشتن نماینده‌ی نامناسب خیلی بهتر است. نماینده‌ی شما قرار است برای مدت زیادی کارمند و دوست شما باشد. به همین دلیل است که به هم خوردن رابطه‌ی بین نویسنده و نماینده شاید فقط اندکی از به هم خوردن یک ازدواج آسان‌تر باشد. پس شتابزده عمل نکنید و نماینده‌ی مناسبی برای خود انتخاب کنید.

پرهیز از کلاهبردارها، شارلاتان‌ها و دیگر اراذل

تقریباً هر کسی می‌تواند ادعا کند نماینده است؛ چه از نشر سر در بیاورد، چه نه. بعضی از این افراد فقط کلاهبردار هستند. به همین سادگی! بعضی‌ها خیال برشان داشته که خیلی خبره‌اند و درباره‌ی کارهایی که می‌توانند برایتان انجام دهند، ادعاهای عجیب و غریبی می‌کنند و کاملاً بازار گرمی‌های خود را باور دارند. اما سایر این افراد، آدم‌های زحمت‌کشی هستند که صرفاً نمی‌دانند دارند چه کار می‌کنند.

اکثر نماینده‌های معتبر در ایالات متحده، اعضای انجمن نمایندگان نویسندگان (AAR) هستند. شرایط عضویت در این انجمن به‌گونه‌ای است که مدعیان دروغین در فرایند گزینش غربال می‌شوند. در ضمن، این انجمن یک مشور اخلاقی نیز دارد که خواندن آن خالی از لطف نیست و می‌تواند نشان‌تان دهد باید نسبت به کدام فعالیت‌های غیراخلاقی آگاه باشید.

شما نماینده‌ای می‌خواهید که ویژگی‌های زیر را داشته باشد:

- ✓ صادق باشد
- ✓ راه و چاه بشر را بداند
- ✓ در صنعت نشر افراد زیادی را بشناسد
- ✓ تمام ریزه‌کاری‌های قرارداد نشر را بداند، بداند درباره‌ی کدام بخش‌ها می‌شود بیشتر چانه زد و بتواند هنگام بستن قرارداد به‌خوبی به نفع شما رایزنی کند
- ✓ تمام یا عمده‌ی درآمدش از شغل نمایندگی ادبی تأمین شود و ترجیحاً یک نماینده‌ی نیمه‌وقت نباشد که شغل اصلی‌اش چیز دیگری است و قسط‌ها و قبض‌هایش را از این طریق می‌پردازد
- ✓ سرش طوری با دیگر مشتریان‌اش شلوغ نباشد که نتواند وقت کافی به شما اختصاص دهد

در حالت عادی باید بیشتر سراغ نماینده‌هایی بروید که سوابق درخشان‌ی در فروش رمان‌های مشابه رمان شما دارند. آیا درست است که با نماینده‌ی تازه‌کاری همکاری کنید که اصلاً سابقه‌ی حرفه‌ای ندارد؟ این کار مخاطره‌آمیز است، زیرا همیشه این احتمال وجود دارد که چنین فردی شاید، خیال‌پرداز، یا ناشی باشد یا صرفاً برای این شغل ساخته شده باشد. با تمام این‌ها، موارد زیر شرایطی را نشان می‌دهند که اگر وجود داشته باشد، انتخاب یک نماینده کار درستی خواهد بود:

✓ بسیاری از نماینده‌ها قبلاً ویراستار یا دبیر انتخاب کتاب بوده‌اند و چندین سال تجربه‌ی کار با ناشران مختلف را دارند. (بعضی از بهترین نماینده‌هایی که خود ما می‌شناسیم، قبلاً ویراستار یا دبیر بوده‌اند.) گاهی یک نماینده، مؤسسه‌ی بزرگ و با سابقه‌ای را ترک می‌کند تا فعالیت مستقل خود را آغاز کند. یک شرکت تازه‌تأسیس که توسط نماینده‌ای مجرب بنا شده است، ممکن است سابقه‌ی خاصی نداشته باشد، اما آن نماینده ممکن است پیش‌تر در دنیای نشر سوابق درخشان‌ی برای خود دست و پا کرده باشد.

✓ وقتی یک مؤسسه‌ی با سابقه نماینده‌ی تازه‌کاری استخدام می‌کند، معمولاً از قبل او را تعلیم می‌دهد و حمایت و آموزش‌های ضمن خدمت بسیاری را برایش در نظر می‌گیرد. چنین نماینده‌ای معمولاً جوان و مشتاق است و می‌تواند در برخورد با شرایط سخت و ناهموار از نماینده‌های کهنه‌کار راهنمایی بخواهد.

✓ گاهی یک نماینده از کارش استعفا می‌دهد تا پُست دیگری را در حوزه‌ی نشر عهده‌دار شود، اما بعد متوجه می‌شود که کار قبلی‌اش را بیشتر دوست دارد. این فرد با بازگشت به شغل قبلی‌اش، وظایفش را با انرژی مضاعفی انجام خواهد داد.

فرقی نمی‌کند چه نوع نماینده‌ای را بیسندید. همیشه باید سوابق او را بررسی کنید. تمام نماینده‌های شناخته شده، نام مشریان خود را به‌عنوان معرف به شما خواهند داد. با چند نفر از این معرف‌ها حرف بزنید و ببینید چه خصوصیتی را در نماینده‌ی مورد بحث می‌پسندند و به چه خصوصیتی انتقاد دارند. همه‌ی نماینده‌ها با یک‌ک مشتریان خود با کیفیتی یکسان همکاری نمی‌کنند. اگر نام نماینده را در کنار واژه‌ای مثل “کلاهبردار” در اینترنت جستجو کنید، چیزی را از دست نخواهید داد. با اینکه مطالب موجود در اینترنت وحی مُنرل نیستند، اینترنت منبع خوبی برای کسب اطلاعاتی است که نماینده‌ها می‌توانند در آن‌ها دخل و تصرف کنند. با سایر نویسنده‌ها و ویراستاران درباره‌ی نماینده‌ای که برای خود در نظر گرفته‌اید صحبت کنید. دنیای نشر کوچک است و اگر کسی کارش را بلد نباشد، همه زود خبردار می‌شوند.

با نماینده‌ای که “هزینه‌ای بابت خواندن” دریافت می‌کند تا تصمیم بگیرد که آیا می‌خواهد با شما همکاری داشته باشد یا خیر، کار نکنید. چنین نماینده‌هایی به‌جای بر



عهده گرفتن وظایف سخت عرضه و فروش کتاب، این هزینه‌ی خود را به راه ساده‌ای برای کسب درآمد از مدعیان نویسندگی تبدیل می‌کنند. بعضی از نماینده‌های مشروع و معتبر گاهی هزینه‌های باچیزی بابت کپی یا پُست دریافت می‌کنند (به‌خصوص در مواقعی که باید طرح‌های پیشنهادی قطوری را با پُست فوری برای چندین ناشر ارسال کنند)، اما اکثرشان چنین هزینه‌ای نمی‌گیرند تا زمانی که نماینده درآمدی برایتان کسب نکرده است، پولی به او ندهید.

تماس با نماینده‌ها برای ارائه‌ی اثرتان

وقتی بهترین موارد را در فهرستی که از نماینده‌ها تهیه کرده‌اید علامت زدید، یک برنامه‌ی عملی بریزید تا اثرتان را به آن‌ها ارائه کنید. احتمالاً فقط می‌توانید یک دست‌نوشته ارائه کنید، اما یادتان باشد که شما به‌دنبال کسی هستید که بتوانید همکاری بلندمدتی با او داشته باشید و به همین دلیل است که نماینده دوست دارد بداند برای آینده چه پروژه‌هایی در ذهن دارید.

در ارائه‌ی اثر خود به نماینده دو گزینه پیش رویتان است:

✓ آن را شخصاً در یک همایش ادبی تحویل دهید. اکثر همایش‌های ادبی فرصت‌های خوبی برای نویسندگان فراهم می‌آورند تا درباره‌ی کارهایشان با نماینده‌ها صحبت کنند.

✓ آن را از راه دور و با دادن پیش‌طرح ارائه دهید. اکثر نماینده‌ها پیش‌طرح می‌پذیرند. موارد استثنای هم احتمالاً دست پُری دارند و فعلاً نمی‌توانند قرارداد جدیدی ببندند.

در این قسمت هر دو گزینه را بررسی می‌کنیم.

نزدیک شدن به نماینده‌ها در همایش‌های ادبی

نماینده‌های ادبی در بسیاری از همایش‌ها دست‌اندرکار هستند. اغلب این امکان وجود دارد که نمونه‌ی کار خود را از قبل به این نماینده‌ها تقدیم کنید. در ضمن، معمولاً می‌توانید با تعیین وقت قبلی شخصاً اثر خود را به این افراد ارائه کنید. در اکثر مواقع هر دوی این کارها را می‌توان با هم انجام داد. همایش‌ها موقعیت‌های زرینی هستند، زیرا این شانس را به شما می‌دهند که برای مدد کوتاهی مسقیماً مورد توجه نماینده قرار بگیرید.

اگر می‌خواهید متنی را از قبل تقدیم نماینده کنید، سعی کنید بهترین نمونه یا طرح پیشنهادی‌ای را که می‌توانید، آماده کنید. (در فصل ۱۶ درباره‌ی نحوه‌ی پرداخت



فصل‌های نمونه یا طرح پیشنهادی صحبت کردیم. بد نیست مطالبی را که می‌خواهید بفرستید، اول به یک دوست نویسنده نشان دهید و نظرات او را در موردش جویا شوید. برای ارسال تقاضا و تصمیم‌گیری درباره‌ی مقدار مطالب ارسالی، دستورالعمل‌های خاص آن همایش را مطالعه و بر طبق آن‌ها عمل کنید.

اگر می‌خواهید اثرتان را شخصاً ارائه کنید، معمولاً می‌توانید یک ملاقات ۱۵ دقیقه‌ای با نماینده داشته باشید. خودتان را نادقت برای چنین ملاقاتی آماده کنید. پیشنهاد می‌کنیم حتماً کتاب *Selling Your Story in 60 Seconds*، به قلم مایکل هاج (انتشارات مایکل وایز) را مطالعه کنید. این کتاب رهنمای کاملی برای ارائه‌ی حضوری رمان و فیلم‌نامه است.

تماس گرفتن با نماینده‌ها از طریق ارسال پیش‌طرح

طبق تجربیات ما ارائه‌ی مستقیم کار به نماینده‌ها در همایش‌های ادبی بهتر از ارسال پیش‌طرح است؛ اما این کار همیشه امکان‌پذیر نیست، زیرا همه‌ی نویسندگان حضور در همایش‌های ادبی را ندارند و تمام نماینده‌ها هم به چنین همایش‌هایی نمی‌روند. وقتی شما از طریق پُست معمولی یا الکترونیکی با یک نماینده تماس می‌گیرید، با توجه به شرایطی که او برای ارائه‌ی اثر تعیین می‌کند، معمولاً سه امکان برایتان وجود دارد:

- ✓ صرفاً ارسال نامه‌ی پیش‌طرح
- ✓ ارسال نامه‌ی پیش‌طرح همراه با فصل‌های نمونه
- ✓ ارسال دست‌نوشته‌ی کامل

مرسوم است که نویسندگان ابتدا نامه‌ی پیش‌طرح را ارسال کنند. نامه‌ی پیش‌طرح نامه‌ای کوتاه است که خطاب به نماینده‌ی ادبی می‌نویسید و در آن خود را معرفی می‌کنید تا او بتواند تصمیم بگیرد که آیا مایل است بیشتر درباره‌ی شما و اثرتان بداند یا خیر. اگر نامه‌ی پیش‌طرح نظر نماینده را جلب کند، اطلاعات بیشتری را طلب خواهد کرد؛ که این اطلاعات معمولاً شامل فصل‌های نمونه، خلاصه‌ی داستانی، یک طرح پیشنهادی کامل و یا تمام دست‌نوشته‌ی شماست. سپس اگر او به این نتیجه برسد که می‌تواند دست‌نوشته‌ی شما را بفروشد، به شما پیشنهاد همکاری می‌دهد. قبل از رواج‌ای میل، این فرایند معمولاً ماه‌ها طول می‌کشید.

خوشبختانه امروزه نماینده‌ها و نویسندگان هر دو از ای‌میل استفاده می‌کنند. اما فرایند بالا هنوز هم ماه‌ها طول می‌کشد. مشکل از ارائه و تحویل نیست. مشکل از فشردگی برنامه‌ی نماینده‌ها ناشی می‌شود. نماینده‌های معتبر زمان زیادی را صرف عرضه و ارائه‌ی آثار مشتریان خود می‌کنند. آن‌ها وقت کافی برای رسیدگی به سلیلی از

پیشنهادهای جدید را ندارند، چنین افرادی هر وقت بتوانند به درخواست شما رسیدگی می‌کنند (البته اگر بتوانند).

در نحوه‌ی تماس با یک نماینده‌ی ادبی نباید هیچ ابهامی وجود داشته باشد، تنها قانون ساده‌ای که وجود دارد این است که سری به وبسایتش بزنید و ببینید دقیقاً چه شرایطی برای تماس با او تعیین شده است. او احتمالاً در وبسایتش مشخص کرده است که چه اطلاعاتی نیاز دارد و این اطلاعات چطور باید ارائه شود. دستورات را موبه‌مو اجرا کنید؛ به این ترتیب نماینده هم شگفت‌زده می‌شود و هم سپاسگزار. اگر نماینده انتخاب بین پُست عادی یا الکترونیک را بر عهده‌ی خودتان گذاشت، ممکن است ارسال مطالب از طریق پُست عادی شانس شما را اندکی افزایش دهد. یک ورق کاغذ واقعی نشان می‌دهد که شما همین‌طور الکی پیش‌طرح‌های خود را برای تمام نماینده‌های موجود در کره‌ی زمین نمی‌فرستید.



تقریباً تمام نماینده‌ها نامه‌های پیش‌طرح را بررسی می‌کنند. آن‌هایی هم که به نامه‌ی پیش‌طرح توجه نمی‌کنند افاده‌ای نیستند؛ فقط به قدری سرشان شلوغ است که دیگر نمی‌توانند کار جدیدی را بر عهده بگیرند. همان‌طوری که شما در باک پر از بنزین، بنزین بیشتری نمی‌ریزید، نماینده‌هایی هم که وقت‌شان پر است، مشتری جدیدی قبول نمی‌کنند.

عضی از نماینده‌ها ترجیح می‌دهند قسمتی از دست‌نوشته، با تمام آن را (به فصل ۱۶ مراجعه کنید) همراه با نامه‌ی پیش‌طرح، از طریق پُست یا ای‌میل دریافت کنند. اگر نماینده‌ی مورد نظرتان از شما چنین چیزی می‌خواهد، آن را برایش ارسال کنید.

زمانی که نماینده‌ها برای پاسخ دادن به طرح پیشنهادی یا دست‌نوشته‌ی کامل نیاز دارند، رُ زمانی که برای پاسخ دادن به نامه‌ی پیش‌طرح نیاز دارند بسیار بیشتر است. اگر پاسخ خود را در عرض سه تا چهار ماه دریافت نکردید، می‌توانید ای‌میل کوتاهی ارسال کنید و در آن بپرسید که می‌توانید انتظار پاسخ داشته باشید یا خیر. فقط یادبان باشد که وقتی را که نماینده صرف رسیدگی به کارتان می‌کند، به او در کسب درآمد برای مشتریان فعلی‌اش کمکی نمی‌کند. در ضمن هر روز چندین نویسنده با یک نماینده تماس می‌گیرند. به همین دلیل او نمی‌تواند وقت زیادی برای شما بگذارد. اما پس از امضای وکالت‌نامه یا قرارداد، و زمان بیشتری برای شما خواهد گذاشت، زیرا تحت این شرایط شما رئیس او می‌شوید. اما قبل از رسیدن به این مرحله، نماینده کارمند شما نیست و دینی هم به شما ندارد. این حقیقت را بپذیرید و به آن احترام بگذارید.



دست‌نوشته‌ی خود را فقط در صورت درخواست نماینده برای او بفرستید. اگر او در وبسایتش گفته باشد که می‌خواهد ۳۰ صفحه از متن را همراه با طرح پیشنهادی دریافت کند، بیش از ۳۰ صفحه متن برایش نفرستید. اگر و فقط اگر نماینده کل



دست‌نوشته را از شما بخواهد، خودش این موضوع را به شما اطلاع می‌دهد و در عین حال مشخص می‌کند که باید متن را روی کاغذ برایش ارسال کنید یا به صورت الکترونیک.

دبیران انتخاب کتاب، کانون جهان نویسندگی شما

وجود دبیر انتخاب کتاب امری ضروری است. شما اصلاً نمی‌توانید بدون وجود چنین کسی کتاب خود را منتشر کنید. با اینکه ممکن است استخدام نماینده‌ی ادبی برای بعضی‌ها اختیری باشد، اما وجود دبیر انتخاب کتاب - حداقل اگر با ناشران سنتی‌ی که به نویسندگان درصد فروش می‌دهند، کار می‌کنید - اجباری است. دبیر انتخاب کتاب معمولاً در تمام کارهای زیر نقش دارد:

- ✓ کشف شما از میان توده‌های عظیم نویسندگان معمولی
- ✓ حمایت از دست‌نوشته‌ی شما تا لحظه‌ی پذیرش آن توسط کمیته‌ی نشر
- ✓ جنگیدن برای طرح جلد و عنوان خوب
- ✓ حصول اطمینان از اینکه اطلاعات پشت جلد کتاب نه زیاد باشد نه کم
- ✓ حصول اطمینان از اینکه کتاب شما در کاتالوگ ناشر جایگاه خوبی دارد و به بهترین نحو ممکن جلوه داده می‌شود
- ✓ تعریف از کتاب شما نزد تیم فروش، تا آن‌ها با انرژی مضاعف کار کنند و کتاب را به توزیع‌کنندگان مختلف بفروشند
- ✓ جنگیدن برای کسب بیشترین بودجه‌ی ممکن برای بازیابی کتاب شما
- ✓ حصول اطمینان از اینکه شما اولین پیش‌نویس خود را به‌موقع تحویل می‌دهید
- ✓ نوشتن نامه‌ی بازبینی خطاب به شما، که در آن طوری از نقاط قوت کتاب تعریف شده و به نقاطی که به اصلاح نیاز دارند اشاره شده، که شما برای اعمال اصلاحات نهایی انگیزه‌های بیشتری پیدا کنید
- ✓ پیگیری کار دست‌نوشته‌ی شما در طول مراحل ویرایش فنی، ویرایش ادبی و نمونه‌خوانی
- ✓ حصول اطمینان از ارسال متن صفحه‌بندی شده - صفحات حروف‌چینی و چاپ شده - برای شما جهت تأیید
- ✓ ارائه‌ی اطلاعات مورد نیاز به کارکنان واحد تبلیغات، تا آن‌ها بتوانند برای شما در تلویزیون، رادیو، روزنامه‌ها و یا مجله‌ها وقت مصاحبه بگیرند
- ✓ دلگرم کردن شما، وقتی در مسیر انتشار، سردرگم، مأیوس، یا آشفته می‌شوید



دبیر انتخاب کتاب عاشق داستان‌های خوب است و از شما هم خوش‌اش می‌آید. اما او در وهله‌ی اول به صاحب‌کارش، یعنی ناشر متعهد است. البته راضی کردن و به موفقیت رساندن شما هم بخش مهمی از فرایند پول درآوردن برای ناشر است. پس می‌بینید که دبیر انتخاب روی لبه راه می‌رود و اگر گاهی با شما تندی می‌کند، به این خاطر نیست که با شما مشکل شخصی دارد. نشر یک جور کسب و کار است. اگر رفتار حرفه‌ای و رسمی‌ای داشته باشید، دبیر انتخاب راضی می‌شود و ارتباطتان راحت‌تر از زمانی خواهد بود که با او مثل هنرمندان پر افاده‌ای که پولشان از پارو بالا می‌رود رفتار کنید.

توصیه می‌کنیم که حتماً اجازه دهید نماینده‌تان دبیر انتخاب کتاب مناسبی را برایتان پیدا کند. نماینده‌های مجرب و کارگشته نسبت به شما روابط بیشتری دارند. اما همیشه این امکان هم وجود دارد که کتاب خود را مستقیماً به ناشر بفروشید؛ این امکان در مورد ناشران کوچک بیشتر است. بنابراین حتی اگر شما هرگز شخصاً چنین کاری را انجام ندهید، ارزش‌اش را دارد که روند آن را برایتان توضیح بدهیم، زیرا این تقریباً همان روندی است که نماینده در پیش می‌گیرد و آشنایی با آن خالی از لطف نخواهد بود.

اولین گام در فروختن یک اثر، تقریباً همیشه پیدا کردن دبیر انتخاب کتاب انتشاراتی است که پشتیبانی رمان شما را بپذیرد. شما (یا ترجیحاً نماینده‌ی ادبی‌تان) چطور می‌توانید مناسب‌ترین دبیر را برای پشتیبانی از کتاب‌تان پیدا کنید؟ همه‌اش به تحقیق مربوط می‌شود.

اول باید ببینید که کدام انتشاراتی‌ها برای نشر کتاب‌های متعلق به ژانر کاری شما مناسب‌اند. سپس باید در تک‌تک انتشارات‌هایی که بیشترین علاقه را به ژانر شما نشان داده‌اند دنبال دبیر بگردید.

پیدا کردن انتشارات

شما یا نماینده‌تان با طی مراحل زیر می‌توانید فهرستی از ناشرانی تهیه کنید که احتمالاً کارتان را می‌پسندند:

۱. ژانر اصلی و فرعی کتاب خود را بنویسید.

اگر ندانید ژانر کتاب‌تان چیست، نمی‌توانید آن را عرضه کنید و به فروش برسانید. پس ژانر اثرتان را به دقیق‌ترین شکل ممکن مشخص کنید. ما در فصل ۳ به تفصیل و با دقت درباره‌ی ژانرها و گونه‌های داستانی مختلف توضیح داده‌ایم تا شما بتوانید کتابی بنویسید که قبل فروختن باشد.

۲. فهرستی از کتاب‌هایی که اخیراً در این ژانر (اصلی و فرعی) به چاپ رسیده‌اند تهیه کنید.

۳. فهرستی از ناشرانی که آن کتاب‌ها را چاپ کرده‌اند تهیه کنید.

۴. کمی پرس و جو کنید یا با بررسی منابع اطلاعاتی صنعت نشر، دیگر ناشرانی را که به ژانر اصلی و فرعی کار شما علاقه‌مندند مشخص و به فهرست اضافه کنید.

۵. وب‌سایت‌های این ناشران را بررسی کنید و آن‌هایی را که منحل شده‌اند یا دیگر در این ژانر چیزی منتشر نمی‌کنند، از فهرست خود پاک کنید.

کدام دبیر را انتخاب کنیم؟

پس از اینکه فهمیدید کدام انتشارات ممکن است به کارتن علاقه نشان دهد، در هر یک از آن‌ها یک دبیر انتخاب کتاب ر به عنوان پشتیبان احتمالی کتاب‌تان شناسایی کنید. در این مورد هم، بهترین منبع اطلاعاتی شما وب‌سایت انتشارات است. اما ممکن است نویسنده، نماینده‌ی ادبی، یا ویراستارانی را بشناسید که بتوانند اطلاعات دست‌اولی درباره‌ی آن‌هایی که ژانر اصلی و فرعی‌تان را می‌پسندند برایتان رو کنند.

از میان دبیران شاغل در هر یک از انتشارات‌های موجود در فهرست‌تان، نام دبیر انتخاب کتابی را که مناسب‌تر به نظر می‌رسد بپسیدید. در انتشارات‌های کوچک‌تر، معمولاً تمام انتخاب‌ها بر عهده‌ی یک نفر است. در انتشارات‌های بزرگ‌تر ممکن است چند دبیر وجود داشته باشد و در این صورت شما باید با کسب اطلاعات درباره‌ی آن‌ها به علایق‌شان پی ببرید.

حالا باید انتخاب کنید:

✓ شما (یا نماینده‌تان) می‌توانید از طریق پست عادی یا الکترونیک با دبیر انتخابی‌تان تماس بگیرید.

✓ شما (یا نماینده‌تان) می‌توانید شخصاً رمان‌تان را به دبیر انتخابی ارائه دهید.

✓ می‌توانید از یکی از دست‌اندر کاران صنعت نشر بخواهید از طرف شما با دبیر تماس بگیرد. (این مورد چندان متداول نیست، اما می‌تواند برای نویسندگانی که روابط خوبی با افراد مربوط دارند اتفاق بیفتد.)

اگر نماینده‌ی ادبی استخدام کرده باشید، می‌توانید ضمن اینکه او به این کارها رسیدگی می‌کند، لم بدهید و به نوشتن ادامه دهید تا اتفاق خاصی بیفتد. اگر نماینده استخدام نکرده باشید، خودتان باید دست به کار شوید و پی کارها را بگیرید. اگر در یک همایش ادبی با دبیری آشنا شوید شانس موفقیت‌تان بیشتر از زمانی است که پیش‌طرح خود را مستقیماً نزد ناشر می‌فرستید. در قسمت بعدی درباره‌ی ارسال پیش‌طرح برای دبیران

انتخاب کتاب صحبت می‌کنیم.

تماس مستقیم با دبیران

سال‌ها پیش، زمانی که نماینده‌ها و همایش‌های ادبی کمیاب بودند، نویسندگان فقط دست‌نوشته‌های خود را مستقیماً برای انتشارات می‌فرستادند و سپس به خدا توکل می‌کردند. در آن زمان نویسنده هیچ چیز دربره‌ی دبیر انتخاب کتاب نمی‌دانست و روح دبیر هم از هویت نویسنده بی‌خبر بود. این روزها فرایند انتشار - حتی در انتشارات‌های کوچک - به‌ندرت چنین وضعی دارد.

از سفارش اصلی تا تخفیفی‌ها: توزیع و روند آن

یعنی آن‌ها با سفارش تعداد بیش از حد کتاب متحمل ضرر احتمالی نمی‌شوند. اگر بعداً بفهمند که نمی‌توانند تمام کتاب‌ها را بفروشند، آن‌ها را به‌عنوان برگشتی پس می‌فرستند، چرا که ناشر موظف به تحویل گرفتن‌شان است. در حالت ایده‌آل، کتاب فروشی‌ها تمام کتاب‌های سری اول سفارش خود را می‌فروشند و بعد دوباره سفارش می‌دهند. اگر فروش خوب کتاب برای مدتی طولانی ادامه داشته باشد، ممکن است کتاب فروشی چندین بار سفارش خود را تمدید کند. در این صورت ممکن است کتاب‌هایی که ناشر در اسار نگهداری می‌کند به اتمام برسند. در این صورت ناشر می‌تواند با چاپخانه تماس بگیرد و رمان شما به چاپ دوم، سوم و چهارم برسد. اگر کتاب خوب فروش نرود چه؟ آن وقت کتاب‌های فروش نرفته و برگشتی‌ها در انبار روی دست ناشر باد می‌کنند هیچ ناشری نمی‌خواهد این‌طور کتاب‌ها را تا ابد در انبار نگه دارد پس وقتی فرصت فروش کتاب‌تان تمام شد، ناشر تلاش می‌کند از شر موجودی انبار خلاص شود و کتاب را از چاپ خارج کند. ناشر معمولاً حق تقدم خرید کتاب‌های باقی‌مانده را به خود شما می‌دهد. اگر شما همه‌ی آن‌ها را نخرید، ناشر کتاب‌ها را به زای

خیلی پیش‌تر از اینکه رمان شما به چاپ برسد، نشر طی یک دوره‌ی سه تا چهار ماهه، در کاتالوگی عاوین کتاب‌های آتی را، همراه با فهرستی از عناوین کتاب‌های قدیمی‌تر موجود (سیاهه)، اعلام می‌کند. ناشر به تیم فروش پول می‌دهد تا با استفاده از این کاتالوگ، کتاب شما را به مسئولان خرید کتاب فروشی‌ها عرضه کنند. سفارشات خرید پیش از چاپ نسخه‌ی کتاب شما ثبت می‌شوند و به این ترتیب ناشر می‌تواند شمارگان چاپ اول را محاسبه کند. تعداد نسخه‌هایی که ناشر چاپ می‌کند از تعداد نسخه‌هایی که در سفارش‌های زودهنگام درخواست شده بیشتر است، زیرا چاپ کردن تعداد زیادی کتاب به‌صورت یکجا از انجام چند مرحله‌ای چاپ ارزان‌تر تمام می‌شود. حتی اگر مسئله‌ی هزینه هم در میان نباشد، ناشر همچنان مجبور است تعداد کتاب‌های بیشتری چاپ کند، زیرا چاپخانه‌ها اصولاً به یک انتشارات تعلق ندارند و معمولاً شرط قبول سفارش برای آن‌ها شمارگان بالای کتاب‌هاست. هر تعداد کتابی که در لحظه خریدار نداشته باشد، به انبار فرستاده می‌شود.

کتاب فروشی‌ها این حق را دارند تا کتاب‌هایی را که فروش برفته است پس بفرستند. این

اما اگر کتاب بیش از مبلغ پیش‌پرداخت فروش کند، شما باقی عایدی خود را - بر اساس درصد فروشی که برایتان تعیین شده است - به صورت دوره‌ای دریافت می‌کنید.

اگر این اطلاعات پیچیده به نظر می‌رسد، به خاطر این است که واقعاً پیچیده است. هیچ نایغه‌ای ت به حال نتوانسته پیش‌بینی کند کدام کتاب پرفروش می‌شود و کدام افتضاح به بار می‌آورد. ناشران سعی می‌کنند قراردادهایی تنظیم کنند که احتمال ضرر وارده به آن‌ها را به حد کمیه برسانند و سوددهی را برایشان پیشینه کنند. نماینده‌های ادبی سخت تلاش می‌کنند تا بخشی از ضررها را دوباره متوجه ناشر کنند و سود بیشتری را به شما برسانند. دلیل پیچیدگی قرارداد هم همین است. شاید هم به همین دلیل بهتر باشد یک نماینده‌ی ادبی استخدام کنید.

درصد اندکی از قیمت اصلی به یک مسئول تسویه می‌فروشد. اگر قبلاً در یک کتاب فروشی قسمت تخفیفی‌ها را دیده باشید، حالا دیگر می‌دانید که چرا قیمت‌ها در آن به طرز دیوانه کننده‌ای ارزان است.

در قسمتی از قرارداد شما به تمام این مسائل اشاره شده است. اکثر ناشران بخشی از عایدی شما را به عنوان درصدی از هزینه‌ی برگشتی‌ها (که معمولاً اجتناب‌ناپذیرند) نزد خود نگه می‌دارند. (برگشتی‌ها فروش منعی حساب می‌شوند و بابت آن‌ها درصد فروشی به شما تعلق نمی‌گیرد).

در قرارداد شما یک پیش‌پرداخت برایتان در نظر گرفته شده است. این پول مفت نیست؛ پیش‌پرداختی است که از عواید فروش شما کسر می‌شود. اگر کتاب شما بیش از مقدار پیش‌پرداخت فروش نکند، ناشر ضرر می‌کند.

سیاری از دبیران (خصوصاً آن‌هایی که برای انتشارات‌های بزرگ و سرمایه‌دار کار می‌کنند) دیگر از نویسنده‌هایی که نمی‌شناسند چیزی - حتی نامه‌های پیش‌طرح ساده - قبول نمی‌کنند. در سال‌های اخیر، بسیاری از ناشران متوسط نیز چنین رویه‌ای را در پیش گرفته‌اند. این کار آن‌ها دو دلیل دارد:



✓ وقت؛ دفاتر انتشاراتی اغلب هزاران یا ده‌ها هزار درخواست همکاری ناخواسته و بی‌حساب در هر سال دریافت می‌کنند. این درخواست‌ها اکثراً توسط نویسنده‌های تازه‌کری ارائه می‌شود که لای هیچ کتاب نویسندگی‌ای را باز نکرداند و به خودشان زحمت نداده‌اند تا اصول صحیح ارائه‌ی کار را یاد بگیرند. در گذر سال‌ها، ناشران بیشتری تصمیم گرفته‌اند صرفاً به این تقاضاهای ناخواسته هیچ وقعی نگذارند.

✓ خطر: پس از رعب و وحشت ناشی از تهدید نامه‌ی آلوده به ویروس سیاه‌رخم - که در ادامه‌ی وقایع ۱۱ سپتامبر اتفاق افتاد - تعدادی از ناشران تصمیم گرفتند اجازه ندهد کارکنان بخش دریافت نامه‌ها در معرض خطرات حاصل از باز کردن بسته‌های دریافت شده از منابع ناشناخته قرار گیرند. به علاوه، به خاطر ویروس‌های کامپیوتری، بعضی از ناشران نسبت به باز کردن پیوست‌های الکترونیکی فرستاده شده توسط افراد ناشناخته با احتیاط زیادی عمل می‌کنند.

اگر می‌خواهید مستقیماً با یک دبیر تماس بگیرید، اول وب‌سایت ناشر را بررسی کنید و ببینید او برای تماس (اگر اصلاً مایل به برقراری ارتباط هست) دقیقاً چه شروطی گذاشته است. شرایط گذاشته شده را موبه‌مو اجرا کنید. این شرایط مشخص می‌کند که آیا دبیر نامه‌ی پیش‌طرح و بسته‌ی همراه پیش‌طرح (حاوی فصل‌های نمونه، طرح پیشنهادی، یا دست‌نوشته‌ی کامل) را نیاز دارد یا خیر. همچنین در وب‌سایت نوشته می‌شود که آیا دبیر مطالب را به‌صورت الکترونیکی دریافت می‌کند یا روی کاغذ.

اگر دبیر را بیشتر در یک همایش ادبی، یا در جایی دیگر، دیده‌اید و دارید فصل‌های نمونه، خلاصه‌ی داستانی، طرح پیشنهادی، یا دست‌نوشته‌ی کامل را بنا بر درخواست خود او - می‌فرستید، روی بسته بنویسید "مطالب خواسته شده". برای اطلاعات بیشتر در این زمینه به فصل ۱۶ مراجعه کنید.

بخش ۵

بخش ده‌تایی‌ها

موج پنجم

ریچ تنانت



“مایلم رمان نویس بشوم. فقط نمی‌دانم به اندازه‌ی نثر در مغزم هست یا نه”

در این بخش...

در این قسمت، که یکی از قسمت‌های کلاسیک سری کتاب‌های دامیر است، چند فصل مرجع کوتاه خواهیم داشت که بناس‌ت در فرایند نوشتن و فروش داستان‌های خواندی، شما را یاری کنند. در این بخش ده گام برنامه‌ریزی و تحلیل داستان شما را پوشش می‌دهیم و به ده دلیل رد شدن رمان‌ها توسط ناشران می‌پردازیم.

ده گام برای تحلیل داستان شما

در این فصل

- ◀ خلق خط داستانی و ساختار سه پرده‌ای
- ◀ تعریف شخصیت‌ها و آفرینش اسکچ و چارت برای آن‌ها
- ◀ نوشتن خلاصه‌های داستانی کوتاه و بلند
- ◀ بز کردن اجزای صحنه‌ها

داستان‌های فوق‌العاده با برنامه‌ریزی آفریده می‌شوند نه به صورت اتفاقی. شما می‌توانید قبل یا بعد از نوشتن داستان به آن نظم دهید. نکته‌ی مهم این است که زمانی را صرف کار کردن روی طرح داستان‌تان کنید و بعد آن را طوری شکل دهید که طرحی که برایش ریخته‌اید شما را در نیل به هدف نهایی‌تان (یعنی اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده) یاری کند.

در این فصل به توصیف ده گام روش دانه‌برفی، که رندی آن را ابداع کرده و از شیوه‌های محبوب برای تحلیل طرح داستان است، می‌پردازیم. این گام‌ها کمک می‌کنند از یک ساختار ساده شروع کنید و آهسته آهسته پیچیدگی‌هایی را به آن بیفزایید تا در نهایت طرح زیبایی از داستان‌تان راده شود. نحوه‌ی چینش مراحل از بالا به پایین است. در ضمن رندی دوست دارد توسعه‌ی پی‌رنگ و شخصیت را یکی در میان انجام دهد؛ بنابراین مراحل ۲، ۴، ۶ و ۸ به پی‌رنگ می‌پردازند و مراحل ۳، ۵ و ۷ درباره‌ی شخصیت هستند. این کار باعث می‌شود داستان به‌شکلی متعادل توسعه پیدا کند.

شما می‌توانید فارغ از الگوی نوشتاری خلاق که برگزیده‌اید، از رهنمودهای روش دانه‌برفی استفاده کنید؛ الگوی نوشتاری خلاق صرفاً روشی برای نوشتن پیش‌نویس اول است. روش دانه‌برفی، شیوه‌ای برای تحلیل داستان است. پس اگر از الگوی دانه‌برفی یا الگوی طرح کلی استفاده می‌کنید، بهتر است تحلیل دانه‌برفی را پیش از نوشتن پیش‌نویس اول اعمال کنید. اما اگر از یکی از الگوهای غریزی یا ویرایش همزمان استفاده می‌کنید (در فصل ۴ درباره‌ی این الگوهای نوشتاری رایج توضیح داده‌ایم)، اول باید پیش‌نویس اولیه را بدون داشتن یک طرح کلی بنویسید و سپس از روش دانه‌برفی

برای تحلیل و ویرایش آن بهره ببرید. (برای اطلاعات بیشتر در زمینه‌ی روش دانه‌برفی به وب‌سایت رندی، www.snowflakemethod.com، مراجعه کنید.)

هیچ کدام از مراحل روش دانه‌برفی قرار نیست جادو و جمل‌کنند. انجام هیچ کدام هم قبل از نوشتن داستان الزامی نیست. شما می‌توانید آن‌ها را به هر ترتیبی که دوست دارید انجام دهید. حتی می‌توانید آن‌ها را از آخر به اول و از گام ۱۰ شروع کنید و به گام ۱ برسید. این مراحل صرفاً انزاری هستند برای کمک به طراحی و تحلیل داستان شما. همان چیزی را به کار ببندید که به دردتان می‌خورد و بی‌خیال بقیه شوید.



گام ۱: خط داستانی را بنویسید

اول خط داستانی را بنویسید؛ خط داستانی خلاصه‌ی تک‌جمله‌ای داستان شماست. (در فصل ۸ به تفصیل و با چندین مثال، درباره‌ی نحوه‌ی نوشتن خط داستانی توضیح دادیم.) شما خط داستانی را برای جلب توجه نماینده‌ی ادبی یا دبیر انتخاب کتاب نیاز دارید. نماینده‌ی ادبی از خط داستانی برای عرضه و فروش داستان به ناشر استفاده می‌کند. دبیر انتخاب کتاب خط داستانی را برای فروختن ایده‌ی کتاب به کمیته‌ی نشر و تیم فروش به کار می‌برد. خط داستانی شما در تمام مراحل زنجیره‌ی فروش - تا خود خواننده‌ها که از آن برای تعریف و تمجید از کتاب شما نزد دوستان‌شان استفاده می‌کنند - کاربرد دارد. خط داستانی حتی برای خود شما هم مفید است، زیرا تمرکزتان را در طول فرایند ویرایش حفظ می‌کند، تا لازم نباشد مدام به این فکر کنید که چه مطالبی برای داستان ضرورت دارند و چه مطالبی بیش از حد افتاده‌اند.

خط داستانی رمان اول رندی این بود: "یک فیزیکی‌دان برای قتل پاولِ حواری در زمان به عقب برمی‌گردد." این جمله فقط ۱۱ واژه دارد، اما چندین نسخه از کتاب او را در جلسات معارفه و امضای کتاب و جاهای دیگر به فروش رساند.



در خط داستانی، روی کشمکش اصلی داستان تمرکز کنید. اسمی از شخصیت‌ها به میان نیاورید؛ به جای این کار چیز جالبی درباره‌ی دو یا سه نفر از آن‌ها که اهمیت بیشتری دارند بگویید. خط داستانی باید حداکثر ۲۵ واژه داشته باشد و اگر بتوانید آن را با ۱۵ واژه بنویسید، امتیاز بیشتری می‌گیرید.



گام ۲: ساختار سه‌پرده‌ای را بنویسید

خط داستانی را در قالب ساختار سه‌پرده‌ای بسط دهید. ساختار سه‌پرده‌ای خلاصه‌ای یک بندی است که ساختار پیشرفته‌ی داستان شما را توصیف می‌کند. (در فصل ۸ به‌طور کامل درباره‌ی ساختار سه‌پرده‌ای - مفهومی بسیار رایج در صنعت نشر -

توضیح دادیم.) اگر داستان خود را قبلاً نوشته باشید، خواهید فهمید که تحلیل ساختار سه‌پرده‌ای به شما کمک می‌کند تکه‌های بزرگ داستان خود را بهتر درک کنید.

توصیه می‌کنیم که خلاصه‌ی یک‌بندی خود را با استفاده از پنج حمله و به کمک الگوی ساده‌ی زیر بنویسید:

✓ **جمله‌ی ۱:** پیش‌زمینه‌ی داستانی را توصیف کنید و درباره‌ی شخصیت‌های اصلی حرف برنید. (در فصل ۶ درباره‌ی پیش‌زمینه‌ی داستانی توضیحات کاملی داده‌ایم.)

✓ **جمله‌ی ۲:** ربع اول داستان را توصیف کنید؛ این قسمت باید به یک فاجعه‌ی عظیم ختم شود که باعث می‌شود شخصیت اصلی به داستان و هدف داستانی‌اش تعهد پیدا کند. (در فصل ۷ با دقت به شخصیت‌ها و اهداف داستانی پرداخته‌ایم.)

✓ **جمله‌ی ۳:** ربع دوم داستان را توصیف کنید؛ این قسمت باید به دومین فاجعه‌ی بزرگ، که در میانه‌ی داستان واقع شده است، ختم شود.

✓ **جمله‌ی ۴:** ربع سوم داستان را توصیف کنید؛ این قسمت به سومین و بدترین فاجعه‌ی داستان ختم می‌شود. این فاجعه سبب می‌شود شخصیت اصلی تن به رویارویی نهایی دهد.

✓ **جمله‌ی ۵:** رویارویی نهایی و نحوه‌ی گره‌گشایی از داستان را توسط آن توضیح دهید.

هر داستانی اول، وسط و آخر دارد و هر یک از این‌ها یکی از پرده‌های ساختار سه‌پرده‌ای محسوب می‌شوند. پرده‌ی اول (آغاز داستان) تقریباً ربع داستان را پوشش می‌دهد. این پرده به فاجعه‌ای ختم می‌شود که آن را مستقیماً به پرده‌ی دوم (وسط داستان) وصل می‌کند. پرده‌ی دوم طولانی است - تقریباً نیمی از کل کتاب را به خود اختصاص می‌دهد - و در وسط آن باید فاجعه‌ی بزرگی رخ دهد تا میانه‌ی داستان کشدار و ملال‌آور نشود. پرده‌ی دوم به سومین فاجعه‌ی بزرگ داستان ختم می‌شود که آن را مستقیماً به پرده‌ی سوم (آخر داستان) وصل می‌کند. در پرده‌ی سوم شما رویارویی نهایی را نشان می‌دهید و گره از تمام جریان‌های داستانی می‌گشایید.



گام ۳: شخصیت‌ها را تعریف کنید

برای هر یک از شخصیت‌های مهم داستان خود، اطلاعات اساسی زیر را بنویسید:

✓ **نام:** نام شخصیت را بنویسید (اگر اسمی روی او نگذاشته‌اید نقش او را بنویسید؛ مثلاً "قهرمان"، "تبهکار")

✓ **آرزو:** کدام چیز انتزاعی است که شخصیت‌تان آن را بیش از هر چیز دیگری می‌خواهد؟

✓ هدف داستانی: به اعتقاد این شخصیت، کدام امر ملموس او را به آرزویش می‌رساند؟

✓ کشمکش: چه چیزی مانع رسیدن شخصیت به هدف داستانی‌اش می‌شود؟

✓ دگرگونی: شخصیت چگونه متحول می‌شود یا در طول داستان چه درسی می‌گیرد؟

✓ خلاصه‌ی تک‌جمله‌ای: اگر این داستان در اصل درباره‌ی این شخصیت بود، خط داستانی آن چه می‌توانست باشد؟

✓ خلاصه‌ی یک‌بندی: اگر این داستان در اصل درباره‌ی این شخصیت بود، ساختار سه‌پرده‌ای آن چه می‌توانست باشد؟

اگر داستان‌تان را قبلاً نوشته باشید و نتوانید به تمام این سؤالات جواب دهید، باید بدانید که احتمالاً ضعف بزرگی در شخصیت‌پردازی داشته‌اید. حالا، یعنی پیش از آغاز فرایند ویرایش، وقت بسیار خوبی برای رفع این نقطه ضعف است.

همه‌ی شخصیت‌های داستان شما معتقدند که خودشان شخصیت اصلی هستند. خلاصه‌ی تک‌جمله‌ای و خلاصه‌ی یک‌بندی هر شخصیت را طوری بنویسید که گویی تمام کیهان حول محور او بنا شده است. این کار برای آفرینش شخصیت‌های سه‌بعدی ضرورت دارد هرگز شخصیتی خلق نکنید که تنها دلیل وجودش روح و جان بخشیدن به شخصیت‌های دیگر است. (برای توضیحات بیشتر در این مورد به فصل ۷ بروید.)



گام ۲: یک خلاصه‌ی کوتاه بنویسید

در گام ۲ خلاصه‌ای یک‌بندی نوشتید که ساختار سه‌پرده‌ای داستان‌تان را توصیف می‌کند. حالا هر جمله از این بند را در قالب یک بند محزاً بسط دهید. به این صورت یک صفحه‌ی کامل خواهید داشت که ما به آن خلاصه‌ی کوتاه می‌گوییم. این خلاصه به‌نوعی کوتاه‌تر از خلاصه‌ی داستانی دو صفحه‌ای لازم برای طرح پیشنهادی - که در فصل ۹ توصیف کردیم - است.

خلاصه‌ی کوتاه باید در زمان حال نوشته شود و باید داستان را به‌صورت مختصری ارائه دهد. در این خلاصه روی نکات بسیار مهم تمرکز کنید. شما نمی‌توانید تمام صحنه‌ها را توصیف کنید. در نهایت می‌توانید از این خلاصه‌ی کوتاه برای نوشتن خلاصه‌ی داستانی مورد استفاده در طرح پیشنهادی استفاده کنید. اما هدف اصلی از نوشتن خلاصه‌ی کوتاه کمک به نویسنده در درک بهتر ساختار داستان، از طریق افزودن جزئیات به خلاصه‌ی یک‌بندی گام ۲ است.



گام ۵: اسکیج شخصیت‌ها را بنویسید

برای هر یک از شخصیت‌های مهم تعریف شده در گام ۳، اسکیجی در قالب یک یا چند بند بنویسید (برای مهم‌ترین شخصیت‌ها می‌توانید اسکیج را تا یک صفحه ادامه دهید). پیشینه‌ی داستانی شخصیت ر خلاصه کنید. ارزش‌ها، آرزوها و اهداف داستانی او را توضیح دهید تا معلوم شود که آن‌ها چگونه در داستان کار می‌کنند. اسکیج شخصیت اهمیت بسیار زیادی دارد که این اهمیت خصوصاً ز تمرکز اسکیج روی پیشینه‌ی داستانی، ارزش‌ها و افزودن جزئیات بیشتر به داستان اصلی ناشی می‌شود. در ضمن اسکیج شخصیت بسیاری از کمبودهای اطلاعاتی موجود در گام ۳ را رفع می‌کند. وجود این اطلاعات در درک شخصیت‌ها نقشی حیاتی دارد.

توجه کنید که شما یکی در میان به تحلیل پی‌رنگ و شخصیت‌ها می‌پردازید. ما دریافته‌ایم که این کار سبب می‌شود هر دوی آن‌ها تقویت شوند.

دیران انتخاب کتاب عاشق خواندن اسکیج‌های شخصیتی هستند. اگر شما اسکیج‌ها را در قالب بندهای کامل و به‌گونه‌ای نوشته باشید که جذابیت هر شخصیت را برای خواننده افزایش دهند، می‌توانید همین اسکیج‌ها را مستقیماً در طرح پیشنهادی خود بگنجانید.



گام ۶: یک خلاصه‌ی بلند بنویسید

در گام ۴ یک خلاصه‌ی کوتاه یک صفحه‌ای نوشتید و در آن داستان خود را به‌طور مختصر ارائه کردید. حالا هر یک از بندهای آن خلاصه را به چند بند بسط دهید (نهایتاً به یک صفحه) تا خلاصه‌ی بلندی بیافرینید که در آن تمام جزئیات بااهمیت داستان گنجانده شده‌اند. این خلاصه احتمالاً چهار-پنج صفحه‌ای خواهد بود و به همین دلیل از خلاصه‌ی معمولی‌ای که (طبق توضیحات ما در فصل ۹) برای طرح پیشنهادی می‌نویسید بلندتر است.

باز هم تأکید می‌کنیم که شما در حال اضافه کردن جزئیات به شکلی اصولی هستید؛ اول به پی‌رنگ، بعد به شخصیت‌ها و بعد باز به پی‌رنگ. این تناوب شما را درگیر کار می‌کند و تعادل بین پی‌رنگ و شخصیت‌ها را در داستان برقرار نگه می‌دارد.

خلاصه‌ی بلند باید در زمان حال نوشته شود و در آن امکان پرداختن به جزئیات بیش از پیش وجود داشته باشد. در این خلاصه به قدری جا هست که می‌توانید در یک، دو، یا حتی سه بند به تمام صحنه‌های داستان خود اشاره کنید. چشم‌پوشی از صحنه‌های پیش پا افتاده بلامانع است، اما به صحنه‌های مهم حتماً باید اشاره کنید. هدف از نوشتن این خلاصه حصول اطمینان از درستی داستان است. شاید در نهایت از خلاصه‌ی بلند



در طرح پیشنهادی استفاده کنید و شاید هم آن را هرگز به هیچ احدی نشان ندهید. هدف این است که ایرادهای پی‌رنگ را در متن ساده‌ای که در عرض چند دقیقه قابل خواندن است ببینید و برطرف‌شان کنید.

گام ۷: پرونده‌ی شخصیت را درست کنید

برای هر یک از شخصیت‌های مهم داستان پرونده‌ای بسازید که تمام جزئیاتی را که باید بدانید شامل شود. (در فصل ۱۲ توضیح داده‌ایم که چه مطالبی در پرونده‌ی شخصیت جای می‌گیرند و اصلاً چرا به چنین چیزی نیاز دارید.) این پرونده جایی است برای ثبت تمام خرده‌های اطلاعاتی که به آن‌ها نیاز دارید. بعضی از مورد بدهی پرونده‌ی شخصیت عبارت‌اند از:

✓ داده‌های آماری، مثل اسم، تاریخ تولد و مانند آن.

✓ توصیفات جسمانی، مثل رنگ مو، رنگ چشم، قد، وزن و جای زخم.

✓ مشکلات جسمانی و روانی

✓ تحصیلات، مهارت‌های کاری و استعدادها و ویژه

✓ ترس‌ها، امیدها و رؤیاها

✓ پیشینه‌ی داستانی (گذشته‌ی شخصیت شما)

هیچ فهرست کاملی از جزئیاتی که باید درباره‌ی شخصیت‌ها بدانید وجود ندارد. روی ویژگی‌ها و خلقیاتی تمرکز کنید که برای گونه‌ی داستانی شما مهم‌ند. یادتان باشد که هدف از این پرونده‌سازی پیشگیری از اشتباهات ناشیانه‌ای است مانند رنگ چشم شخصیت که در صفحه‌ی ۱۷ سبز است و در در صفحه‌ی ۳۸۴ یکدفعه خاکستری می‌شود. اطلاعات شما درباره‌ی شخصیت‌ها باید از آنچه با خواننده‌ها در میان می‌گذارید بسیر بیشتر باشد.



گام ۸: فهرست صحنه‌ها را تهیه کنید

فهرست صحنه‌ها را بنویسید. این فهرست خلاصه‌ی کوتاهی از تمام صحنه‌های داستان را ارائه می‌دهد. (در فصل ۹ درباره‌ی فهرست صحنه‌ها و نحوه‌ی خلق آن توضیح دادیم.) شما در گام‌های ۴ و ۶ خلاصه‌های کوتاه و بلند داستان خود را خلق کردید. اما هیچ‌یک از این خلاصه‌ها تمام صحنه‌های داستان را دربر نمی‌گیرند.

هدف از نوشتن فهرست صحنه‌ها کمک به جابه‌جا و مرتب کردن آن‌ها و بررسی تأثیر

این کار روی داستان است. اگر این کار را پیش از نوشتن داستان انجام دهید، فهرست صحنه‌ها کمک‌تان می‌کند شکاف‌های موجود در آن را پر کنید. اگر فهرست صحنه‌ها را پس از اتمام داستان تهیه کنید، به کمک آن می‌توانید نمای کلی داستان را در یک نگاه گسترده ببینید و از این رهگذر بفهمید کدام صحنه‌ها بار لازم را به دوش می‌کشند و کدام یک از آن‌ها کمکی به روایت داستان نمی‌کنند.

اگر ز روش‌های دانه‌برفی یا طرح کلی پیروی می‌کنید، (اگر مطمئن نیستید الگوی نوشتاری‌تان کدام است، به فصل ۴ مراجعه کنید) در پایان این گام اطلاعات کافی برای نوشتن طرح پیشنهادی را کسب کرده‌اید. آیا اصلاً باید طرح پیشنهادی بنویسید؟ بستگی دارد. رمان‌نویسی که اثر یا آثارش قبلاً منتشر شده باشد همیشه پیش‌طرح یا طرح پیشنهادی می‌نویسد، کتابش را می‌فروشد و بعد دست‌نوشته‌اش را می‌نویسد. اما رمان‌نویس‌هایی که هنوز اولین کار خود را نفروخته باشند، نمی‌توانند چنین کاری بکنند. زیرا باید به نماینده‌ها و دبیران انتخاب کتاب ثابت شود که نویسنده قادر است داستان را به پایان برساند و تنها در این صورت است که آن‌ها اثر را خریداری خواهند کرد. مدرکی که به نماینده یا دبیر ثابت می‌کند که نویسنده از پس وظیفه‌اش برمی‌آید، یک نسخه‌ی کامل و پرداخت‌شده از رمان است. هیچ ناشری حاضر نیست بابت پرداخت دستمزد به نویسنده‌ی تازه‌کاری که نمی‌تواند داستان‌اش را تمام کند ضرر کند. (در فصل ۱۶ درباره‌ی پیش‌طرح نویسنده‌گان توضیح داده‌ایم.)

خلاصه‌ی کلام این است که اگر قبلاً اثری از شما چاپ شده باشد، می‌توانید هر چیزی را که تا این لحظه نوشته‌اید بردارید، یک پیش‌طرح یا طرح پیشنهادی هم بنویسید و شروع به تماس گرفتن با نماینده‌ها و دبیران کنید. حتی اگر اثر منتشر شده‌ای هم ندارید، نوشتن طرح پیشنهادی در این مقطع می‌تواند تمرین خوبی باشد. شاید بد نباشد که یک طرح پیشنهادی بنویسید و آن را به یک همایش ادبی ببرید. یک طرح پیشنهادی خوب می‌تواند نماینده‌ی ادبی را نسبت به شما و اثرتان ذوق‌زده کند. فقط سعی کنید بیش از داشتن دست‌نوشته‌ی پرداخت شده‌ای که بتوانید طرح پیشنهادی را بر آن بنا کنید، انتظار نداشته باشید داستان‌تان به فروش برود.

بسیاری از نویسنده‌ها فهرست صحنه‌های خود را روی کارت‌های یادداشت می‌نویسند تا بتوانند با بُر زدن و جابه‌جا کردن آن‌ها بهترین توالی ممکن را برایشان پیدا کنند. سایر نویسنده‌ها ترجیح می‌دهند فهرست صحنه‌های خود را روی حافظه‌ی کامپیوترشان نگه دارند. زندگی مدت‌هاست که استفاده از نرم‌افزارهای صفحه‌گسترده را برای ذخیره کردن فهرست صحنه‌هایش ترجیح می‌دهد، زیرا صفحه‌گسترده به شما اجازه می‌دهد:

✓ به راحتی صحنه‌ها را جابه‌جا و ویرایش کنید، صحنه‌های جدید به آن‌ها بیفزایید و صحنه‌های به‌دردنخور را حذف کنید



- ✓ از فهرست صحنه‌ها کپی بگیرید تا بدون نگرانی بابت خراب شدن کارتان، بتوانید ترکیب صحنه‌های جدید را بیارماید
- ✓ به راحتی از تعداد واژه‌های هر صحنه آگاه باشید؛ اگر شمار واژگان دست‌نوشته‌ی شما زیاد (یا کم) باشد، به آسانی می‌توانید شاهد آثار افروتن یا حذف صحنه‌ها روی شمار کلی واژگان باشید

گام ۹: صحنه‌ها را تحلیل کنید

شما در گام ۸، فهرست صحنه‌ها را خلق کردید. اگر پیش‌نویس اولیه‌ی داستان‌تان هنوز آماده نباشد، شاید وسوسه شده باشید که نوشتن را آغاز کنید. شما آزادید که این کار را انجام دهید. اما اگر دوست دارید کمی بیشتر درباره‌ی صحنه‌ها فکر کنید، یا اگر پیش‌نویس اولیه را قبلاً نوشته‌اید، گام بعدی تحلیل صحنه‌هاست. بابت هر صحنه در داستان، موارد زیر را بنویسید:

- ✓ **نوع صحنه‌ها:** آیا صحنه کنشی است یا واکنشی؟ (در فصل‌های ۱۰ و ۱۴ درباره‌ی این دو نوع اصلی صحنه توضیح داده‌ایم.) ساختار صحنه‌ی کنشی عبارت است از: هدف-کشمکش-پس‌رفت؛ و ساختار صحنه‌ی واکنشی عبارت است از: واکنش-دوراهی-تصمیم.
- ✓ **شخصیت مُشرف:** شخصیت مُشرف در این صحنه کیست؟ آیا از زاویه‌ی دید اول شخص می‌نویسید یا سوم شخص، سوم شخص بی‌طرف یا دیگر زوایای دید؟ آیا روایت در زمان گذشته است یا حال؟
- ✓ **مقدمه‌چینی:** صحنه در کجا اتفاق می‌افتد؟ در چه تاریخی و ساعتی؟ کدام شخصیت در این صحنه نقش دارد؟
- ✓ **آغاز:** اگر این صحنه کنشی است، هدف آن چیست؟ اگر صحنه واکنشی است، واکنش چیست؟
- ✓ **میانه:** اگر این صحنه کنشی است، کشمکش آن چیست؟ اگر صحنه واکنشی است، دوراهی آن چیست؟
- ✓ **پایان:** اگر این صحنه کنشی است، پس‌رفت در آن چیست؟ اگر صحنه واکنشی است، تصمیم آن چیست؟
- ✓ **سایر موارد:** چه اطلاعات ویژه‌ای را می‌خواهید به یاد داشته باشید تا بعداً به این صحنه اضافه کنید (البته اگر هنوز اضافه‌شان نکرده‌اید)؟ چه مواردی را باید حتماً در این صحنه اصلاح کنید، یا در موردشان تحقیق کنید (البته اگر صحنه را نوشته‌اید)؟

لازم نیست صحنه‌ها را پیش از نوشتن داستان تحلیل کنید؛ هیچ ایرادی ندارد. اول صحنه را بنویسید! اما بعداً، وقتی آن را نوشتید، باید وقت بگذارید و آن را درست کنید. سؤالاتی که در بالا مطرح کردیم دقیقاً همان سؤالاتی‌اند که پاسخ دادن به آن‌ها در درست کردن صحنه کمک‌تان خواهد کرد.

گام ۱۰: داستان را بنویسید و ویرایش کنید

این گام تنها در صورتی به دردتان می‌خورد که هنوز پیش‌نویس اولیه‌ی دست‌نوشته‌تان را ننوشته باشید. اگر برای طراحی داستان خود از روش دانه‌برفی استفاده کرده باشید، حالا آماده‌ی نوشتن هستید. پس دست به کار شوید! نوشتن را از صحنه‌ای که براتان بیشترین جذابیت را دارد آغاز کنید.

یک چیز را به خاطر بسپارید: همیشه و در تمام لحظات، یا باید در حالت خلاق به سر سیرید یا حالت ویراشگر. کار را پیش از نوشتن ویرایش نکنید. به این حالت می‌گویید خشکی قلم و اگر به آن دچار شوید کاملاً از نوشتن باز می‌مانید. فقط بنویسید. تند و تند بنویسید. به شدت بنویسید. بروید زیر جلد شخصیت مُشرف، به او تبدیل شوید و واژه بتراشید.



بخش نرم‌افزاری طرح‌ریزی داستان

انتهای کار به شما می‌دهد دکمه را فشار دهید و ببینید نرم‌افزار چطور استخوان‌بندی طرح پیشنهادی کتبتان را می‌نویسد. ده مرحله‌ی روش دانه‌برفی شما را وادار می‌کنند تمام اطلاعاتی را که برای نوشتن طرح پیشنهادی لازم دارید آماده کنید. نرم‌افزار *Snowflake Pro* بتواند آن‌ها را کنار هم بچیند و فایلی با فرمت RTF (که در تمام واژه‌پردازها قابل اجراست) تهیه کند. این نرم‌افزار به شما فضای کافی می‌دهد تا اطلاعات جامانده از طرح پیشنهادی را در نرم‌افزار واژه‌پرداز خود به آن بیفزایید. درباره‌ی *Snowflake Pro* می‌توانید در وب‌سایت رندی (www.snowflake.com) بیشتر بخوانید.

اینکه بدانید چه باید بکنید یک طرف و عملی کردن و پیش بردن مرحله به مرحله‌ی داستان هم یک طرف. رندی، که چندین سال به‌عنوان یک فیزیکدان محاسباتی شاغل بود، یک محصول نرم‌افزاری به نام *Snowflake Pro* طراحی کرده که از طریق آن انجام ده گام روش دانه‌برفی آسان می‌شود. نرم‌افزار *Snowflake Pro* روی اکثر سیستم‌های عامل (ویندوز، مک و لینوکس) قابل اجراست.

به کمک این برنامه می‌توانید تمام خط‌های داستانی، فاجعه‌ها، شخصیت‌ها، ارش‌ها، آرزوها، خلاصه‌های داستانی و صحنه‌ها را پیگیری کنید. علاوه بر این، نرم‌افزار *Snowflake Pro* یک امکان جالب هم در



می‌توانید هر وقت دوست داشتید پیش‌نویس اولیه را ویرایش کنید. رَندی معمولاً هر وقت می‌خواهد بنویسد، اول به سراغ نوشته‌های دفعه‌ی قبلش می‌رود و با ویرایش آن‌ها انرژی می‌گیرد. به این صورت، وقتی ویرایش قسمت‌های قبلی تمام شد، موتور رَندی روشن می‌شود و حالا شوق نوشتن تکه‌های جدیدی از داستان را دارد. پیتِر دوست دارد اول یک فصل کامل بنویسد و بعد آن را ویرایش کند. اگر شما از روش ویرایش همزمان پیروی می‌کنید، ممکن است ترجیح دهید با نوشتن هر صفحه به عقب برگردید و آن را ویرایش کنید. اشکالی ندارد. فقط حتماً اول بنویسید و بعد ویرایش کنید.

همین طور که با داستان خود پیش می‌روید، ممکن است حس کنید که بعضی از شخصیت‌ها جان گرفته‌اند و دلشان نمی‌خواهد از برنامه‌های از قبل تعیین شده‌ی شما پیروی کنند. هیچ ایرادی ندارد. شما خداوندگار جهانی هستید که خلق کرده‌اید، اما این حق را هم دارید که کمی تا قسمتی اختیار و اراده‌ی آزاد به شخصیت‌هایتان بدهید. وقتی آن‌ها از این اختیار استفاده کنند، کاری را که شما انتظار دارید انجام نمی‌دهند. این اجازه را به آن‌ها بدهید.

اگر داستان شروع به انحراف از مسیری که برایش تعیین کرده‌اید بکند چه؟ کاری ندارد، دوباره برایش تعیین مسیر کنید! رَندی معمولاً پس از نوشتن یک‌چهارم داستانش، طرح اصلی آن را کمی اصلاح می‌کند. این کار فقط یکی دو ساعت از وقت او را می‌گیرد. اما آزمودن عاقبت آن شخصیت‌های مزاحمی که مصرانه ساز خودشان را می‌زنند، ارزش صرف کردن این زمان را دارد. رَندی همچنین یک بار در میانه و یک بار هم در پایان کارش طرح اصلی داستان‌هایش را اصلاح می‌کند. شما هم آزادید برای نوشتن پیش‌نویس اولیه‌ی خود، هر وقت که دوست داشتید، طرح اصلی داستان را اصلاح کنید.

ده دلیل رد شدن رمان‌ها

در این فصل

◀ هدف‌گذاری برای کتاب

◀ تقویت فن نویسندگی

◀ اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی

ناشران چندین دلیل برای رد یک کتاب دارند. گاهی کتاب، کتاب خوبی است اما زمان برای چاپ آن مناسب نیست. اگر در چنین شرایطی قرار گرفتید، کاری از دست‌تان ساخته نیست جز اینکه در طول مدتی که صبر می‌کنید تا زمان مناسب برای چاپ آن کتاب فرا برسد، کتاب دیگری بنویسید.

در سایر موارد زمان برای چاپ مناسب است، اما کتاب مناسب نیست. شنیدن چنین چیزی بسیار بسیار سخت است. اما اگر در این شرایط قرار گرفتید، نباید به انفعال دچار شوید و دست روی دست بگذارید و منتظر "زمان مناسب" سحرآمیزی بمانید که ممکن است هرگز فرا نرسد. باید ببینید مشکل چیست، آن را رفع کنید و اثر اصلاح شده را به‌جای دیگری ارائه دهید.

اگر رمان‌تان چند بار رد شده است، کمی به خودتان زمان بدهید و بابت این قضیه سوگواری کنید، این حال برای ما هم پیش آمده است. رد شدن حس مزخرفی است. اما کاملاً هم طبیعی است. جک لندن، پیش از آنکه بتواند اثری از آثارش را به فروش برساند، ۶۰۰ مرتبه نه شنید. جک خودش را جمع و جور کرد، راهی برای بهبود کارهایش یافت و راهش را ادامه داد و به یک نویسنده‌ی بسیار عالی تبدیل شد.

بیایید اول ببینیم چه کسی قدرت نه گفتن به شما و رد کردن اثرتان را دارد. اگر فصل ۱۷ را خوانده باشید، می‌دانید که معمولاً قدم اول پیدا کردن نماینده است. اکثر نماینده‌های ادبی روزانه بین ده تا صدها درخواست همکاری دریافت می‌کنند و مجبورند اکثر آن‌ها را نپذیرند. وقتی موفق شدید نماینده استخدام کنید، او کار شما را به دبیران انتخاب کتاب چند انتشارات ارائه می‌کند. کار این دبیران غربال کردن صدها پیش‌طرح، صرح پیشنهادی و دست‌نوشته و رد کردن اکثر آن‌هاست. دبیران به‌ندرت یک پروژه را انتخاب می‌کنند و تصمیم به پشتیبانی از آن می‌گیرند و آن را به کمیته‌ی نشر می‌برند.

حرف آخر را کمیته می‌زند. کمیته هم ممکن است کار شما را رد کند، اما اگر کارتان به مرحله‌ی بررسی توسط کمیته رسیده باشد، یعنی شانس خیلی خوبی برای ادامه‌ی راه دارید.

پشت سر هم گفتن واژه‌های «نماینده، دبیر انتخاب کتاب و کمیته‌ی نشر» اعصاب خردکن و بی‌ریخت است. به همین دلیل در طول این فصل به جای واژه‌ی دبیر انتخاب کتاب، صرفاً می‌گوییم «دبیر» و شما می‌توانید ادامه‌ی عنوان شغلی او را در ذهن خود بیاورید. اکثر مردودی‌ها سریع و به محض اینکه دبیر یک ایراد اساسی در کارتان پیدا کند، اتفاق می‌افتند. در این فصل به چند مورد از دلایل رایج رد شدن رمان‌ها نگاهی می‌اندازیم. این دلایل بر اساس مدت زمان نسبی نه گفتن دبیر مرتب شده‌اند.

وقتی دبیری کارتان را رد می‌کند، بادقت به حرف‌های او گوش دهید. بحث نکنید. او کارش را - پشتیبانی از کتاب‌هایی که انتشارات صاحب‌کارش بتواند با فروش آن‌ها سود کند - بلد است. اگر او باور نداشته باشد که ناشر می‌تواند کتاب شما را بفروشد، نمی‌تواند کاری برایتان بکند. بخش عمده‌ای از کار ناشر این است که چشم‌هایش را ببندد و خطر کند و این در صورتی میسر خواهد بود که دبیر به کاری که می‌پذیرد ایمان زیادی داشته باشد.



پس خوب به حرف‌هایی که موقع رد شدن اثرتان رده می‌شود گوش دهید و ببینید چه دست‌گیرتان می‌شود. (در فصل ۱ داستان فروش اولین رمان رندی را تعریف کردیم. موفقیت بزرگ رندی زمانی حاصل شد که او فهمید باید رمان دیگری بنویسد و تمام نکاتی را که حین رد شدن کار قبلی‌اش از یکی از ناشران شنیده بود، در آن به کار بندد. در نهایت همان ناشر سه تا از رمان‌های رندی را خرید.)



ژانر نامناسب

دبیران معمولاً با شنیدن ژانر یا گونه‌ی داستان خاص شما ممکن است سه نوع واکنش نشان دهند: عاشق آن باشند، حس خاصی به آن نداشته باشند، واقعاً از آن متنفر باشند. (در فصل ۳ درباره‌ی ژانرهای اصلی و فرعی داستان برایتان صحبت کردیم.) بهترین شانس موفقیت رمان شما، دبیری است که کاملاً قطعاً و دیوانه‌وار عاشق ژانر داستانی شما باشد. یکی از اصلی‌ترین دلایل موفقیت رمان‌ها، اشتیاق دبیر پشتیبان آن‌هاست.



فرض کنید با یک دبیر در همایش ادبی قرار ملاقات دارید. روبه‌روی هم می‌نشینید و او از رمان‌تان می‌پرسد. شما حرف‌هایتان را با گفتن این نکته که رمان در ژانر عاشقانه‌ی ماوراءالطبیعه نوشته شده آغاز می‌کنید. دبیر حرف‌تان را قطع می‌کند و می‌گوید: «شرمنده، اما رمان‌های عاشقانه اصلاً راست کار من نیستند. من فقط روی

رمان‌های مهیج کار می‌کنم. "حالا چه باید بکنید؟

اول عذر بخواهید. شما با گذاشتن قرار ملاقات با دبیری که بریتان مناسب نبود، هم وقت او را گرفته‌اید و هم وقت خودتان را. باید تکالیفات را بهتر انجام می‌دادید. حالا او ۱۵ دقیقه از زمنش را از دست داده است.

دوم، نظرش را بپرسید. مثلاً بگویید: "بیخشید، اما حالا که ظاهراً این کتاب به کار شما نمی‌آید، شاید بتوانید به من بگویید چه کسی ممکن است از چنین داستانی خوشاش بیاید." ممکن است بگوید نه و این حق طبیعی اوست. اما با پرسیدن، چیزی از شما کم نمی‌شود. این امکان هم وجود دارد که بگوید بله و از شما بخواهد بیشتر درباره‌ی داستان‌تان توضیح دهید. اگر چنین شد، دقیقاً همان خط داستانی‌ای را به او بگویید که قبلاً بری این ملاقات آماده کرده بودید. با این تفاوت که در این شرایط او دیگر نگران این نیست که چطور باید دست رد به سینه‌تان بزند (چون قبلاً این کار را کرده)؛ او می‌تواند به عنوان یکی از حرفه‌ای‌های صنعت نشر، آرادانه شما را راهمایی کند. اگر خط داستانی خوب باشد، ممکن است بگوید: "بِه! مثل اینکه داستان بدی هم ننوشته‌اید!" و شما را نزد یکی دو دبیر دیگر، که ممکن است به کارتان علاقه نشان دهند بفرستد. اگر هنوز نماینده‌ی ادبی نداشته باشید، او ممکن است شما را به نماینده‌ی مناسبی معرفی کند.

البته، حواس‌تان باشد که دفعه‌ی بعدی که با یک دبیر قرار می‌گذارید، تکالیفات را به خوبی انجام دهید و کسی را انتخاب کنید که ژانر داستان‌تان را دوست داشته باشد. اغلب همایش‌ها اعلام می‌کنند که دبیران و دست‌اندرکاران‌شان در چه ژانرهایی کار می‌کنند. اگر زحمت خواندن این اطلاعات را به خودتان ندهید، هم به خودتان ضربه می‌زنید و هم وقت دبیران و نمایندگان را که با آن‌ها قرار می‌گذارید تلف می‌کنید.

نقص‌های فنی و نوشتار شل و ول

اولین چیزی که دبیر می‌بیند معمولاً پیش‌طرح یا نامه‌ی معرفی‌ای است که با طرح پیشنهادی می‌فرستید. اگر در این‌ها نقص فنی دیده شود یا نوشتارشان خوب نباشد، دبیر می‌داند که نیازی به دین بقیه‌ی مطالب ندارد. دبیر چنین درخواستی را فوراً مردود می‌کند و به سراغ پروژه‌ی بعدی می‌رود.

دومین چیزی که بسیاری از دبیران می‌خوانند، نمونه فصل‌هاست. اگر نوشتار واقعاً فاجعه‌بار باشد، خواندن چند کلمه از آن بری دبیر کفایت می‌کند. اگر نوشتار کیفیتی متوسط داشته باشد، خواندن یکی دو بند برای فهمیدن این امر کافی است. استفاده‌ی بیش از حد از قید، ضعف سبک نوشتار، ملال‌آور بودن گفت وگوها، یا ضعف در طراحی

کنش‌ها در یکی دو صفحه‌ی اول آشکار می‌شود. غریزه‌ی درک متن دبیران قوی است و آن‌ها با خواندن چند صفحه‌ی اول نمونه فصل‌ها می‌فهمند که جواب‌شان منفی خواهد بود.

نقش مهارت در منتشر شدن رمان‌ها غیرقابل انکار است. به خودتان لطفی بکنید و کارتان را تا جایی که می‌توانید به‌خوبی پرداخت کنید و بعد، پیش از ارسال آن برای دبیر، نظر کس دیگری را هم درباره‌اش جویا شوید. یکی از دلایل اصرار ما بر استخدام نماینده هم همین است. نماینده‌ی خوب پیش از ارسال اثر برای دبیران، از رو به راه بودن آن اطمینان حاصل می‌کند. البته خوب است پیش از ارسال اثرتان برای نماینده، از یک دوست نویسنده، یا یک ویراستار کارمزدی بخواهید نظرات و انتقاداتش را درباره‌ی آن بگویند.



مشخص نبودن مخاطب

طرح پیشنهادی‌ای که برای رمان‌تان می‌نویسید معمولاً مخاطبان مورد نظر آن را مشخص می‌کند. اگر این موضوع را در طرح پیشنهادی روشن نکنید، آنگاه دبیر ممکن است تصور کند که به آن فکر نکرده‌اید. پس این مسئولیت بر دوش او قرار می‌گیرد که ببیند چه جور آدم‌هایی ممکن است به کتاب شما علاقه نشان دهند. اگر او به این نتیجه برسد که تعداد علاقه‌مندان احتمالی کتاب شما آن قدری نیست که انتشار کتاب‌تان را توجیه کند، شما شانس‌تان را از دست می‌دهید.

اگر دبیری از مشخص نبودن مخاطب داستان‌تان ایراد گرفت، فصل ۳ را بخوانید. در فصل ۳ درباره‌ی شناسایی و تعریف مخاطبان داستان توضیح داده‌ایم. کمی وقت بگذارید و به این موضوع فکر کنید. نویسنده‌ی خوب بودن کافی نیست؛ شما باید نویسنده‌ی خوبی باشید که با خواننده‌ها ارتباط برقرار می‌کند. ناشر نه وظیفه دارد شما را راضی کند و نه قرار است کتابی را چاپ کند که قابل فروش نیست. ناشر می‌خواهد از یک همکاری تجاری با شما پول در بیاورد. اگر بتوانید به او نشان دهید که شما هم اهل معامله هستید - آن قدری که بتوانید مشتری‌های خودتان را به او معرفی کنید - آنگاه شانس همکاری با او را خواهید داشت.

بی‌مزه بودن دنیای داستانی

اگر زندگی شخصی‌تان خسته کننده باشد چه می‌کنید؟ اولین راه‌حل‌تان این است که بیشتر بیرون بروید (بیرون از خانه و از جریان روزمرگی)، یا اینکه به تعطیلات بروید. به بیان دیگر، در چنین شرایطی، شما محیط خود را عوض می‌کنید. دنیای داستانی رمان

شما، محیط زندگی شخصیت‌هایتان است. اگر دنیای داستانی بی‌مزه باشد، حوصله‌ی شخصیت‌ها و به تبع آن حوصله‌ی خواننده نیز، سر می‌رود. چه کار باید کرد؟ باید محیط آن‌ها را عوض کرد.

دو راه برای بهبود دنیای داستانی‌تان در اختیار دارید:

✓ **آن را بهتر بشناسید:** شاید لازم باشد بیشتر تحقیق کنید. اگر زیر و بم دنیای داستانی خود را می‌شناسید، مجبورید بخش‌هایی از آن را که خیلی دوست دارید به خواننده هم نشان دهید. فصل ۶ راجع به تحقیق درباره‌ی دنیای داستانی رمان توضیح می‌دهد.

✓ **آن را بهتر نشان دهید:** اگر دنیای داستانی خود را به‌خوبی می‌شناسید، مشکل ممکن است این باشد که توصیفات شما از این دنیا به اندازه‌ی کافی چشمگیر نیستند. آیا به اندازه‌ی کافی به توصیف پرداخته‌اید؟ اگر نه، بیشتر توصیف کنید. به اندازه‌ی کافی توصیف کرده‌اید؟ پس با نشان دادن دنیای داستان از دریچه‌ی نگاه شخصیت مُسرف به آن خانی تازه ببخشید و حین این کار روی عناصری تمرکز کنید که جرقه‌ی تجربه‌ی حسی عمیقی را در خواننده ایجاد می‌کنند. در فصل‌های ۱۰ و ۱۵ توصیه‌های دقیقی را درباره‌ی گنجاندن مستقیم توصیف در بطن داستان پیدا خواهید کرد.

برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی نحوه‌ی ساختن دنیای داستانی، فصل ۶ را بخوانید و تمرین‌های آن را انجام دهید.

ضعف خط داستانی

هر داستان خوبی را می‌توان در قالب یک خط داستانی خوب خلاصه کرد؛ خط داستانی طعمه‌ای تک‌جمله‌ای است که خواننده را اسیر می‌کند. (در فصل ۸ جزئیات بیشتری درباره‌ی خط داستانی خواهید یافت.)

دیران همیشه به دنبال خط‌های داستانی خوب می‌گردند. دلیلش هم از این قرار است:

✓ یک خط داستانی خوب نشان می‌دهد شما نویسنده‌ای حرفه‌ای هستید، نه یک تازه‌کار. دیران ترجیح می‌دهند با آدم‌های حرفه‌ای همکاری کنند.

✓ اگر خط داستانی خوب باشد، دبیر می‌داند که می‌تواند آن را به کمیته‌ی نشر (و به تمام افراد حاضر در زنجیره‌ی فروش) بفروشد. اما اگر خط داستانی بد باشد، دبیر باید وقت بالارزش خود را صرف کمک به شما در خلق یک خط داستانی خوب کند.



✓ اگر خط داستانی خوبی داشته باشید، احتمالاً فرایند نشر دست‌نوشته‌ای که ارائه کرده‌اید، روی غلتک خواهد افتاد. در این صورت دست‌نوشته به ویرایش چندانی نیاز نخواهد داشت و دبیر آن را به‌عنوان "غیرقابل قبول" برایتان پس نخواهد فرستاد. هیچ دبیری دلش نمی‌خواهد به نویسنده بگوید که نسخه‌ی نهایی رمانی که قراردادش بسته شده غیرقابل قبول است؛ اما گاهی این حالت پیش می‌آید.

اگر خط داستانی‌تان ضعیف است، خوب درباره‌ی داستان خود فکر کنید. سبب داستان‌ی که نوشته‌اید اصلاً درباره‌ی چیست. تمرین‌های فصل ۸ را که برای نوشتن خط داستانی طراحی شده‌اند، انجام دهید. اگر به کمک نیاز دارید، از چند نفر از رفقای نویسنده‌تان کمک بگیرید. هر چند ماه یک بار زمانی را به تحدید نظر درباره‌ی خط داستانی اختصاص دهید. هرچقدر بیشتر درباره‌اش فکر کنید، داستان‌تان را بهتر درک خواهید کرد.

جالب و خاص نبودن شخصیت‌ها

بهترین راه به‌دست آوردن دل یک دبیر این است که شخصیتی منحصر به فرد، باورپذیر و جذاب را به او معرفی کنید. یادتان باشد که خواننده قرار است پول بدهد تا شانس سپری کردن چندین ساعت زمان را با شخصیت‌های داستان شما داشته باشد. خود شما هم به هیچ عنوان حاضر نیستید بابت معاشرت با آدم‌های بی‌نمک پول بدهید.

اگر دبیر به هر نحوی اشاره‌ای به جالب نبودن شخصیت‌های داستان‌تان کرد، بدانید که کمی توی زحمت افتاده‌اید:

✓ مطمئن شوید که می‌دانید چه خصوصیاتی، شخصیتی را قوی می‌سازند. شخصیت‌ها به پیشینه‌ی داستانی، ارزش، آرزو و اهداف داستانی نیاز دارند و نباید کلیشه‌ای باشند. (برای جزئیات بیشتر فصل‌های ۷ و ۱۲ را بخوانید.)

✓ نظر یکی از دوستان نویسنده‌تان - یا نظر یک ویراستار کارمزدی - را جویا شوید. این افراد چیزهایی را می‌بینند که از چشم شما دور مانده‌اند.

✓ تک‌تک صحنه‌های رمان خود را مرور کنید تا اطمینان یابید که برای هر یک از آن‌ها یک شخصیت مُشرف تعریف کرده‌اید. در ضمن اطمینان حاصل کنید که خواننده به‌راحتی می‌تواند تشخیص دهد شخصیت مُشرف کیست.

✓ مطمئن شوید که خواننده را به‌خوبی در قلب و ذهن شخصیت(های) مُشرف قرار می‌دهید. برای اطلاعات بیشتر، فصل ۱۰ را بخوانید.

نویسنده بیان شیوایی ندارد

بسیاری از دبیران و نمایندگان اظهار می‌کنند که اولین چیزی که در یک رمان به دنبالش می‌گردند، بیان شیوای نویسنده است. بیان تعیین می‌کند که نوشتار شما چقدر منحصر به فرد و جالب است. ما در این کتاب خیلی درباره‌ی بیان حرف زده‌ایم، زیرا اکثر نویسندگان در نهایت شخصاً بیان خاص خود را - بدون کمک کتاب یا مربی - پیدا می‌کنند.

چطور باید بیان خاص خود را پیدا کنید؟ با نوشتن؛ با زیاد نوشتن؛ با خواندن؛ زیاد خواندن. زمان و تجربه دو عنصر مهم‌اند که در شکل گرفتن بیان شما تأثیر می‌گذارند. آیا درست است که پیش از آنکه بیان‌تان کاملاً شکل بگیرد، یک رمان بلند و کامل بنویسید؟ البته، بفرمایید! بیان فقط از طریق تمرین کردن شکل نمی‌گیرد. بیان از طریق نوشتن شکل می‌گیرد؛ نوشتن به معنای واقعی آن، بدون هیچ مانعی.



اگر از اینکه بیان‌تان هنوز به قدر کافی شیوا نیست ناراحت هستید، به خودتان امیدوار شوید. این یعنی شما تمام مواد لازم برای خلق یک رمان خوب را آماده کرده‌اید (دنیای داستانی، شخصیت‌ها، پی‌رنگ و درون‌مایه‌ی خوب) و تنها چیزی که کم دارید آن جاذبه‌ی سحرآمیزی است که شما را از تمام داستان‌نویس‌های دنیا متمایز می‌کند. اگر بنا باشد که شما داستان‌نویس شوید، آنگاه جاذبه‌ی سحرآمیز خود را هم پیدا خواهید کرد. فقط به نوشتن ادامه دهید تا موفق به فروش اثر (یا آثار) خود شوید. شاید موفقیت از آنچه که فکرش را می‌کنید نزدیک‌تر باشد.

قابل پیش‌بینی بودن پی‌رنگ

وقتی به شما بگویند که پی‌رنگ داستان‌تان قابل پیش‌بینی است، باید دلیل بنیادین این مشکل را دقیقاً شناسایی کنید. قابل پیش‌بینی بودن پی‌رنگ مثل علائم بیماری است و شما باید برای ناپدید شدن علائم، بیماری را درمان کنید. در زیر به رایج‌ترین علل قابل پیش‌بینی بودن پی‌رنگ اشاره کرده‌ایم:

✓ **تحقیقات ضعیف:** اگر به اندازه‌ی کافی روی دنیای داستانی تحقیق نکرده باشید، آن وقت به چیزهایی که "همه می‌دانند" تکیه خواهید کرد و این چیزها معمولاً حاصل هزاران ساعت تماشای تلویزیون است. تلویزیون هم ابزار خوبی برای شناختن پلیس‌ها، پزشکان، دانشمندان، کشیشان، یا اصلاً هر چیز دیگری نیست. تلویزیون شهر کلیشه‌هاست. می‌پرسید چاره چیست؟ بیشتر درباره‌ی دنیای داستانی خود تحقیق کنید. آن قدر یاد بگیرید که دیگر لازم نباشد از گره‌های داستانی بدیهی‌ای که در تلویزیون دیده‌اید استفاده کنید. مطمئن باشید که فکر

تازه‌ای به ذهن‌تان خطور خواهد کرد.

✓ **ارزش‌های ضعیف شخصیت‌ها:** وقتی ارزش‌های بنیادین شخصیت شما با هم ناسازگار باشند، او غیرقابل‌پیش‌بینی خواهد بود. (ارزش، حقیقتی درونی درباره‌ی این جهان است که شخصیت آن را باور دارد). اگر شخصیت‌های داستان قابل پیش‌بینی باشند، می‌توانید با ایجاد ناسازگاری در میان ارزش‌هایشان و سوق دادن آن‌ها به سمت دوراهی‌های اخلاقی، مشکل را حل کنید. در این صورت آن‌ها تصمیماتی می‌گیرند که خواننده انتظارش را نداشته است، زیرا خود شما هم انتظار چنین تصمیماتی را نداشته‌اید. در چنین حالتی شخصیت‌ها طوری رفتار می‌کنند که انگار از خودشان عقل و شعور دارند. شک نکنید، بگذارید کارشان را بکنند و غافلگیر شوید. (در فصل ۷ درباره‌ی ارزش‌های شخصیت‌ها حرف زده‌ایم).

✓ **ضعف در پس‌رفت‌های صحنه‌ها:** وقتی شخصیت به بن‌بست می‌رسد، ناخودآگاه سر دوراهی قرار می‌گیرد. این دوراهی باید یک دوراهی واقعی و عاری از گزینه‌های خوب باشد. اگر گزینه‌ی خوبی پیش پای شخصیت بگذارید، او و خواننده، هر دو متوجه آن خواهند شد (که احتمالاً خواننده قبل از شخصیت متوجه می‌شود). برای حل این مشکل، پس‌رفت‌ها و شکست‌ها را وخیم‌تر کنید. شخصیت را بیشتر در تنگنا قرار دهید. گزینه‌هایش را محدود کنید. (در فصل ۹ بیشتر درباره‌ی پس‌رفت‌ها صحبت کرده‌ایم).

سنگین بودن درون‌مایه

هیچ‌کس دوست ندارد رمانی را بخواند که مثل موعظه است. وقتی رمانی که می‌خوانید صرفاً درون‌مایه‌ای باشد که تکه‌تکه و به زور به داستان خورانده شده است، احساس بچه‌ای را خواهید داشت که مجبور شده جمعه به مدرسه برود. خواننده موعظه نمی‌خواهد. به همین دلیل هم، ناشر از خریدن رمان‌های موعظه‌وار سر باز می‌زند.

اگر درون‌مایه‌ی داستان شما بر دیگر عناصر داستانی‌تان چیره شده است، باید خیلی جدی درباره‌ی داستان تجدید نظر کنید. فصل ۱۱ را بخوانید؛ این فصل اطلاعات بیشتری درباره‌ی ماهیت درون‌مایه و چگونگی ظهور طبیعی آن از دل داستان در اختیارتان می‌گذارد. سپس کارهای زیر را انجام دهید:

۱. هر شخصیت را تحلیل کنید؛ با تمرکز خاص روی ارزش‌ها، آرزوها و اهداف او (فصل ۱۲ ابزارهایی را معرفی می‌کند که در این کار به دردتان می‌خورند).

آیا این ویژگی‌ها طوری طرح‌ریزی شده‌اند که به‌طور خاص درون‌مایه‌ی رمان شما را متجلی سازند؟ اگر این‌طور است، آن‌ها را تغییر دهید. کار را با دادن

ارزش‌های متناقض به شخصیت‌ها آغاز کنید. معمولاً این آسان‌ترین راه تبدیل یک شخصیت تک‌بعدی و مسطح به شخصیتی زنده و پویاست. سپس ببینید آیا می‌توانید بعضی از آرزوها و اهداف داستانی شخصیت‌ها را تغییر دهید تا آن‌ها به شکلی بدیهی به درون‌مایه وصل نباشند یا خیر.

۲. هر صحنه را طوری بازنویسی کنید که بر تابنده‌ی شخصیت‌های اصلاح شده‌تان باشد.

این کار ممکن است از کنترل شما خارج شود و باعث شود حس کنید داستان دارد از دست‌تان درمی‌رود. چه خوب! دیگر وقتش شده بود، اینکه در تمام مدتی که داستان را می‌نوشتید افسار آن را در دست خود گرفته بودید، نشان می‌دهد که شخصیت‌ها کترلی روی داستان نداشته‌اند. باید به آن‌ها میدان دهید و ببینید شما را به کجا می‌برند. اگر آن‌ها آدم‌های زنده و سالم و صادقی باشند، خودشان هم، مثل شما، علاقه‌ی چندانی به درون‌مایه‌ی داستان نخواهند داشت. چنین آدم‌هایی بیش از حد درگیر پیدا کردن راهی برای رسیدن به آرزوها و اهداف خودشان هستند.

ناتوانی کتاب در اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی

داستان‌نویسی یعنی تلاش برای اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده؛ شما این کار را به این ترتیب انجام می‌دهید: ابتدا چنین تجربه‌ای را از زاویه‌ی دید شخصیت مُشرف نشان می‌دهید و سپس به خواننده تلقین می‌کنید که او خود شخصیت مُشرف است.



راحتل چیست؟ بستگی به دلیل به‌وجود آمدن این مشکل دارد. این‌ها محتمل‌ترین دلایل چنین ایرادی هستند:

✓ **مخاطره‌آمیزی اندک:** اگر شخصیت شما چندان به مخاطره نیفتاده باشد، سطح حسی داستان پایین خواهد بود. درصد مخاطره‌آمیزی سؤال داستانی را بالا ببرید تا ناگهان شخصیت‌ها داستانی را که در آن قرار دارند جدی بگیرند. در این صورت خواننده هم با آن‌ها همراه می‌شود. در فصل ۶ درباره‌ی پیش‌زمینه و سؤال داستانی توضیح داده‌ایم. این فصل را بخوانید تا اطلاعات بیشتری درباره‌ی افزایش مخاطرات داستان کسب کنید. سؤال داستانی چقدر برای شخصیت‌ها اهمیت دارد؟ این سؤال برای چند نفر از شخصیت‌ها مهم است؟

✓ **شخصیت‌های بی رنگ و بو:** یک شخصیت تنها زمانی می‌تواند تجربه‌ی احساسی قوی‌ای ارائه کند که واقعی باشد. این بدان معناست که او به ارزش‌ها، آرزوها و اهداف داستانی خاص خودش نیاز دارد—خودش نه شما. اگر شما دارید او را

طوری پرداخت می‌کنید که فقط جایی در طرح کلی داستان داشته باشد تا به این وسیله قصه به ترتیبی که می‌خواهید پیش برود، به بی‌مزگی غذایی بی‌نمک خواهد شد. فصل‌های ۷ و ۱۲ را از نظر بگذرانید تا بتوانید در کالبدِ شخصیت‌تان روح بدمید.

✓ **گفتن و نشان ندادن:** وقتی شما برای خواننده‌تان از تجربه‌ای حسی صحبت می‌کنید، خواننده‌تان این حس را تجربه نمی‌کند. شما باید آن تجربه‌ی حسی را به او نشان دهید. همان‌طور که در فصل‌های ۱۰ و ۱۵ گفتیم، در این مورد هیچ چیز بهتر از ترکیب کردن کنش، گفت و گو، تک‌گویی‌های درونی، احساسات درونی و توصیف نیست.